

Univerzita Karlova

Filozofická fakulta

Katedra sociologie

Bakalářská práce

Barbora Veselá

Mediální obraz koronaviru během první vlny pandemie v ČR ve srovnání s obavami a s reálnou situací

The media image of coronavirus during the first wave of a pandemic
in the Czech Republic in comparison with concerns and the real situation

Praha 2021

Vedoucí práce: PhDr. Jiří Vinopal, Ph.D.

Poděkování:

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu bakalářské práce, PhDr. Jiřímu Vinopalovi, Ph.D., za vedení práce, podnětné myšlenky, rady a za celkový průběh příjemné spolupráce.

Zároveň bych ráda poděkovala i Mgr. Evě Richter, Ph.D., za užitečné rady ohledně citací a formální stránky textu.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze, dne 7. května 2021

Barbora Veselá

Abstrakt

Cílem této práce bylo srovnání mediálního obrazu koronaviru v České republice během první vlny pandemie, obav ohledně koronaviru v témže období a reálné situace vyjádřené denním přírůstkem počtu nakažených. Výchozí koncepcí byla teorie agenda-setting. Analýza ukázala souvislosti mezi těmito třemi dimenzemi. Mediální obraz byl analyzován obsahovou analýzou zpravodajství televize ČT1 a webu seznamzpravy.cz, pro analýzu vývoje obav jsem použila data výzkumu STEM/MARKu. Výsledky ukázaly, že v zvoleném období klesal v médiích podíl zpráv týkajících se koronaviru a současně klesaly i obavy, které lidé ohledně pandemie pociťovali. V ČR se současně situace zlepšovala, protože klesal denní přírůstek počtu nakažených; ve světě se situace naopak zhoršovala. V rámci analýzy se navíc ukázalo, že média, zejména ČT1, změnila v průběhu období tematické zaměření tím, že se více zaměřovala na témata týkající se důsledků pandemie koronaviru, na úkor zpráv týkajících se nákazy.

Klíčová slova

Mediální obraz, obavy, pandemie koronaviru, agenda-setting, obsahová analýza

Abstract:

The aim of this bachelor thesis was to analyse media image of coronavirus in Czech Republic during the first wave of pandemic, concerns about the coronavirus at the same period and real situation expressed by daily increase in the number of infected. The analysis showed a connection between these three dimensions. Media image of coronavirus was analyzed by content analysis of ČT1 news and website seznamzpravy.cz, for the analysis of the development of concerns was used STEM/MARK's research. The results showed, that the proportion of media reports related to coronavirus decreased in the selected period and at the same time concerns decreased too. At the same time, the situation was improving in the Czech Republic, as the daily increase in the number of infected people was declining, while in the world the situation was deteriorating. In addition, we found that the media, especially ČT1, changed their thematic focus over the period by focusing more on topics related to the consequences of the coronavirus pandemic, to the detriment of reports related to the infection.

Keywords:

Media image, concerns, coronavirus pandemic, agenda-setting, content analysis

OBSAH

1	ÚVOD.....	10
2	Teoretická východiska.....	12
2.1	Realita poskládaná novináři	12
2.2	Agenda setting.....	12
2.2.1	Agenda setting I. stupně.....	13
2.2.2	Agenda setting II. stupně	13
2.3	Reálná situace.....	14
2.4	Novinové zprávy oproti televizním.....	14
2.5	Intermediální nastolování agendy	15
2.6	Postoje a jednání	16
2.7	Zahraniční výzkumy zaměřené na nastolování agendy ve vztahu k obavám	16
2.8	Kontingentní podmínky	18
2.8.1	Potřeba orientace.....	18
2.8.2	Osobní zkušenost	18
2.8.3	Téma jako hrozba a důsledek pro společnost	19
2.8.4	Sekularizace	20
2.8.5	Agenda-melding.....	21
2.9	Shrnutí východisek.....	21
3	Metodika výzkumu	22
3.1	Volba perspektivy	23
3.2	Analýza mediálního obrazu koronaviru	23
3.2.1	Obsahová analýza mediálního obrazu	23
3.2.2	Intermediální nastolování agendy	26
3.3	Analýza obav – výzkum STEM/MARKU ohledně obav z pandemie koronaviru.....	27
3.4	Reálná situace.....	30
4	Výsledky analýzy	33

4.1	SOUVISLOST MEDIÁLNÍHO OBRAZU KORONAVIRU A OBAV (V1).....	33
4.1.1	Výsledky analýzy dle nastolování agendy I. stupně (H1)	33
4.1.2	Výsledky analýzy dle nastolování agendy II. stupně (H2)	36
4.1.3	Souvislost obav a chování (H3)	37
4.2	TENDENCE PŘI ZOBRAZOVÁNÍ KORONAVIROVÝCH ZPRÁV (V2):.....	38
4.2.1	Změna povahy zpráv (H4)	38
4.2.2	Intermediální nastolování agendy (H5)	40
4.3	REÁLNÁ SITUACE (V3)	41
4.3.1	Korelace mediálního obrazu a vývoje denního přírůstku počtu nakažených (H6) 42	
4.3.2	Souvislost mediálního obrazu koronaviru a vývoje denního přírůstku počtu nakažených (H7).....	43
4.3.3	Je vhodné operacionalizovat vývoj reálné situace denním přírůstkem počtu nakažených?	45
5	Diskuse	46
6	Závěr.....	48
7	Zdroje	49
8	Zdroje dat analýzy	52
9	Seznam, tabulek, grafů a obrázků.....	54
10	Přílohy.....	55

SEZNAM PROMĚNNÝCH A ZKRATEK

Časové rozložení analýzy

VLNA	Období obsahové analýzy médií pro danou vlnu	Období realizace dotazníkového šetření	Den zvolený pro demonstraci výsledků výzkumu obav	Den zvolený pro demonstraci efektu médií
1. vlna	23.3.–29.3. 2020 (7 dní)	30.3.-1.4. 2020	30.03.2020	30.03.2020
2. vlna	30.3.-5.4. 2020 (7 dní)	6.4.-8.4. 2020	06.04.2020	06.04.2020
3. vlna	6.4.–13.4. 2020 (8 dní)	14.4.-16.4.2020	14.04.2020	14.04.2020
4. vlna	14.4.-19.4. 2020 (5 dní)	20.4.-22.4. .2020	20.04.2020	19.04.2020

Zkratka	Význam
VLNA	Výzkum obav proběhl ve čtyřech vlnách sběru – přibližně po týdnu
Období obsahové analýzy („námi zvolené období“)	Období obsahové analýzy médií, jehož období počínalo sedm dní před prvním dnem realizace dotazníkového šetření a končilo prvním dnem realizace šetření 4. vlny
Období realizace dotazníkového šetření	Období, ve kterém probíhal výzkum obav – vždy 3 dny (v každé ze čtyř vln)

Obsahová analýza

Zkratka	Význam
KORONA	Podíl koronavirových zpráv v médiích
KORONA_CT1	Podíl koronavirových zpráv na ČT1
KORONA_seznam	Podíl koronavirových zpráv na seznamzpravy.cz
TEMA	Podíl tematických zpráv v médiích
TEMA_CT1	Podíl tematických zpráv na ČT1
TEMA_seznam	Podíl tematických zpráv na seznamu
KT	Podíl celkových koronavirových zpráv v médiích
KT_CT1	Podíl celkových koronavirových zpráv na ČT1
KT_seznam	Podíl celkových koronavirových zpráv na seznamzpravy.cz
POZITIVNÍ_ZPRAVY	Relativní nebo absolutní četnost pozitivních zpráv v médiích
poz_zprav_CT1	Relativní nebo absolutní četnost pozitivních zpráv na ČT1
poz_zprav_seznam	Relativní nebo absolutní četnost pozitivních zpráv na seznamzpravy.cz

Výzkum STEM/MARKu ohledně obav

Zkratka	Význam
OBAVY_index	Obavy ohledně koronaviru vyjádřené indexem obav
Q1	Q1. Jak se změnil Váš přístup k epidemii koronaviru COVID-19 od její vypuknutí v ČR začátkem března?
Q6	Q6. Snažíte se vyhýbat kontaktu s jinými lidmi?
Q7	Q7. Obáváte se, že i vy budete nakažen/a koronavirem?
Q8	Q8. Máte obavy z vycházení ven?

Reálná situace

Zkratka	Význam
nakaz_CR	Denní přírůstek počtu nakažených v České republice
nakaz_svet	Denní přírůstek počtu nakažených ve světě

1 ÚVOD

„Šlo snad o kolektivní splašení, pilně rozdmýchávané informačními médii a sociálními sítěmi, které nás denně bombardovaly počty resuscitovaných, umírajících a zemřelých, přesunuly nás do paralelního světa, kdy už žádné jiné informace neexistovaly a udělaly z nás šílence? Není snad dokázáno, že zvuk kapky vody, opakovaný do nekonečna, se změní v hroživou saň?“ – takto o panujícím strachu ohledně pandemie pojednává Lévy (2020, s. 11), který se zabývá koronavirovou krizí a o které pojednává jako o prvním světovém strachu.

V této práci se budeme zabývat vztahem médií a obav, přičemž oba tyto jevy porovnáme s reálnou situací. Je dokázáno, že média mají globální vliv na člověka a významnou mírou se podílejí na formování názorů, postojů a hodnot (Urban, Dubský, & Murdza, 2011). Pro analýzu tohoto vztahu se nabízí využít koncepci agenda-setting. Teorie „agenda-setting“, nebo česky „nastolování agendy“, se primárně zaměřuje na postoje a mínění. Emoce, jako jsou obavy, s míněním a postoji úzce souvisí. V této práci budu proto o obavách vyjadřovaných veřejností mluvit jako o veřejné agendě. V souladu s koncepcí agendy-setting měříme veřejnou agendu pomocí odpovědí respondentů v rámci průzkumu veřejného mínění, kterým bude pro tuto práci výzkum agentury STEM/MARK – Chování v době pandemie. Mediální obraz měříme jako zastoupení témat v médiích a mluvíme o něm jako o mediální agendě. V důsledku vystavení mediální agendy je podle McCombse (2009, s. 26) změna postojů (*„a snad i jednání“*).

Obecně se budu zaměřovat na vícerozměrné působení, kdy je kromě vztahu mediální a veřejné agendy nutné zahrnout i dimenzi „reálné situace“ závažnosti pandemie, jehož opomenutí může vést až k *„vážnému nadhodnocení vlivu médií na veřejnost“* (Fox, 1997, podle Kalvas & Kreidl, 2007). Data uchopím pomocí základních popisů tendencí výsledků obsahové analýzy médií (konkrétně pořadu Události ČT1 a webu seznamzpravy.cz na vzorku 28 dní), dat ohledně obav z pandemie (data STEM/MARKu sbíraná ve čtyřech vlnách), a dat popisujících reálnou situaci jako vývoj denního přírůstku počtu nakažených v České republice (dále jen ČR) a ve světě.

V první části práce představím východiska a teoretické okolnosti (kontingentní podmínky), které mohou mít na veřejnou agendu vliv. Následně představím metodologické zkoumání vztahu třech hlavních dimenzí – obav, mediálního obrazu a reálné situace, které v analytické části empiricky otestuji a prokážu tím především základní tendence.

Schéma vzájemných vztahů zahrnující veřejnou agendu, mediální agendu, reálnou situaci a množství kontingentních podmínek je velmi složité a bohaté, proto se stejně jako jiní výzkumníci i já zaměřím pouze na zkoumání dílčích vztahů a určení okolností. Zároveň navrhnou metody, kterými by se toto téma dalo zpracovat hlouběji.

Cílem práce je odpovědět na otázku, jakou souvislost mají mediální obraz koronaviru během první vlny pandemie a obavy související s pandemií a jakou úlohu v tomto procesu hraje reálná situace. Vztah mediálního obrazu a obav budu zkoumat pomocí obsahové analýzy médií a kvantitativní metodologie agendy setting I. a II. stupně, přičemž si budu všimnout i důležitých kvalitativních znaků. Pro vztah reálné situace a mediálního obrazu využiji korelační analýzu. Pro potřeby mé analýzy se také částečně zaměřím na otestování teorie intermediální agendy.

McCombs, (2009, s. 194), jeden z dvou hlavních představitelů teorie agenda setting, říká, že bylo několikrát přesně naměřeno, že „*stupeň korespondence mezi mediální a veřejnou agendou má tendenci růst společně s vyšší mírou vystavení působení médií*“. Zároveň ale také říká, že tento předpoklad také často naměřen nebyl.

Problémem může být operacionalizace reálné situace, jelikož je těžké určit, co je vlastně „reálný stav“, jak se vývoj koronavirové situace projevuje v číslech, který indikátor je nejvíce vypovídající skutečnosti.

Práce ukáže realitu teoretických účinků masmédií na příkladu nově vzniklé krize. Představením procesů, které si mnohdy mediální příjemce ani neuvědomuje, přispěje tato práce dílčím zjištěním v procesu ovlivňování veřejného mínění v oblasti obav, které jsou přirozenou součástí dosud nepoznané „děsivé situace“ – světové pandemie.

2 Teoretická východiska

2.1 Realita poskládaná novináři

Téměř všechny zájmy ve veřejné agendě získávají občané zprostředkovanou skutečností, „*realitou poskládanou ze zpráv novinářů*“ (McCombs, 2009, s. 25). „*Jde o vkládání pseudosvěta mezi jedince a jeho prostředí. Chování jedince je pak reakcí na toto pseudoprostředí*“ (Lippman, 2015, s. 21). To platí i o tématu pandemie koronaviru. Zprávy nás každý den informují o změnách a událostech v našem okolí, aniž bychom s těmito informacemi měli přímou zkušenost (McCombs, 2009, s. 26). V tomto případě se může jednat o počty nakažených, vývoj v ostatních zemích či dopady na společenský život. McCombs (2009) v této souvislosti upozorňuje na významný jev – schopnost ovlivňovat významnost témat ve veřejné agendě jako schopnost zpravodajských médií „*nastolovat agendu*“ (agenda-setting) (McCombs, 2009, s. 30).

2.2 Agenda setting

Jak již bylo zmíněno, hlavní myšlenkou této teorie je, že významné prvky mediálního obrazu se stanou významnými prvky obrazu publika (McCombs, 2009, s. 109). U různých druhů médií k tomu dochází specifickými způsoby. Novinová sdělení významnost ukazují například umístěním na titulní straně, velikostí nadpisu a třeba i délkou zprávy (McCombs, 2009). K podobným procesům by mělo docházet i v situaci agendy webového zpravodajství. Televizní zpravodajství má omezené možnosti, takže i samotná zmínka tématu je signálem vysoké významnosti. Významnost zde může signalizovat i například pozice zprávy ve vysílání a délka jeho trvání. Všechna zpravodajská média mají společné, že pokud se v nich téma objevuje den po dni znovu, jde o nejdůležitější zprávu (McCombs, 2004, s. 26). Umístění problému do veřejné agendy znamená zaměření pozornosti a myšlenek veřejnosti, a jak říká McCombs (2009, s. 26), „*snad i její chování*“.

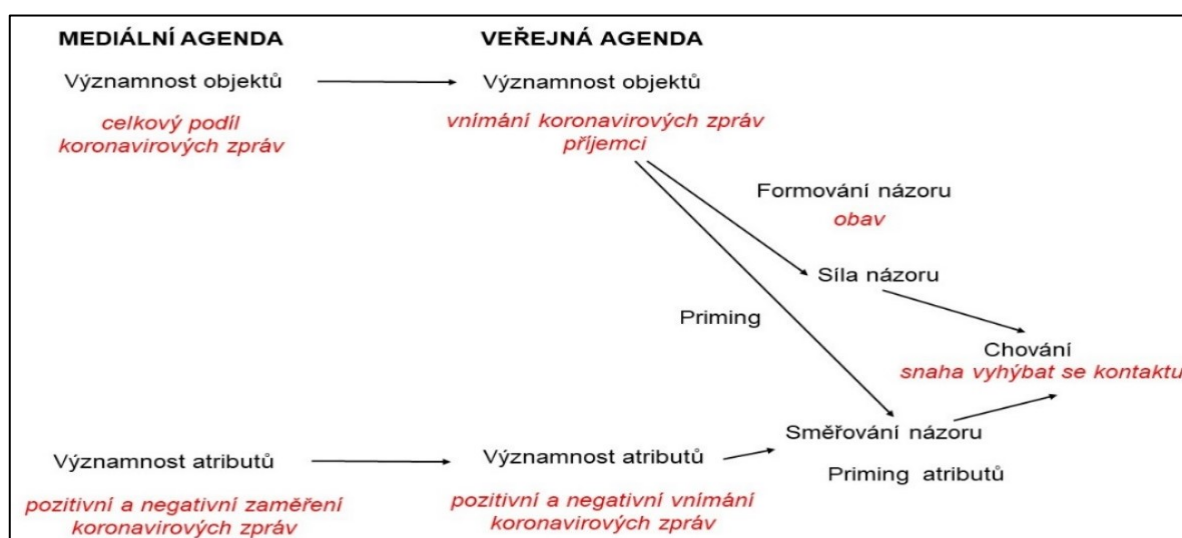
2.2.1 Agenda setting I. stupně

Agenda setting I. stupně zkoumá vztah mezi masovými médii a veřejným míněním. K přenosu významnosti dochází v tomto případě pomocí míry zastoupení (podílu) těchto zpráv vzhledem k ostatním zprávám (McCombs, 2009). Předmětem zkoumání je „objekt“, kterým může být jakákoli mediální prezentace. Čím více je objekt v mediální agendě zastoupen, tím více důležitým by ho příjemci měli shledávat. K objektu se nějak stavíme a máme na něj názor (McCombs, 2009, s. 111). V našem případě je objekt „koronavirová zpráva“. Významnost je nejčastěji měřena technikou MIP (most important problem) (McCombs, 2009). Protože k objektu můžeme zaujmout nějaký postoj, který úzce souvisí s emocemi, např. s obavami, můžeme o veřejné agendě mluvit jako o míře obav (viz Graf 2.1).

2.2.2 Agenda setting II. stupně

Každý objekt zahrnuje širokou škálu vlastností a charakteristik, které tvoří jeho obraz. Takovým vlastnostem se říká atributy. Agenda setting II. stupně se zabývá mechanismy, jak agenda atributů ovlivňuje veřejnou agendu. Při zkoumání agendy atributů se zaměřujeme na porozumění (McCombs, 2009). Od prvotní představy, že média nám dokážou říct, „*na co máme myslet*“ se představa o nastolování agendy posunula k představě, že média nám říkají, „*jak přemýšlet*“ o některých objektech (Cohen, 1963, podle McCombs 2009, s. 113). Takovým atributem by mohlo být například pozitivní a negativní zaměření koronavirových zpráv (viz Graf 2.1). Hlavními procesy nastolování agendy II. stupně jsou například framing či priming (Škodová et al., 2008).

Graf 2.1 Fungování procesu nastolování agendy



ZDROJ: McCombs (2009, s. 174); Vysvětlení: kurzívou vyznačené konkrétní koncepce zkoumání

Agenda setting I. a II. stupně se nemusejí, ale často vyskytují zároveň (McCombs, 2009, s. 112). Ve své analýze budu primárně analyzovat nastolování agendy I. stupně, jelikož se účinky mohou projevit již v důsledku pouhého vystavení se médiím (McCombs, 2009, s. 175). Zároveň si ale budu všimnout atributů pozitivní a negativní koronavirová zpráva, případně poukážu na další atributy, které v rámci mediální agendy shledám jako důležité.

Nyní se zaměřím na poslední dimenzi této analýzy – reálnou situaci.

2.3 Reálná situace

Proces nastolování agendy byl během 60. let obohacen o další dimenzi – reálnou situaci. První o reálné situaci ve vztahu k obavám promluvil Funkhouser (1973). Během své studie sice nepřinesl přesvědčivé argumenty pro vztah těchto tří dimenzí, upozornil tím ale především na skutečnost, že média neposkytují skutečný obraz toho, co se děje. Indikátor skutečnosti je obtížné určit a ani indikátory, které Funkhouser ve své analýze použil, sám nepovažuje za přesvědčivé. Touto analýzou spíše poukázal na to, že obsahová analýza médií nám ukáže pouze povrch veřejného mínění, ne jeho hloubku. Říká, že obraz reality je ovlivněn představami, které nám říkají, jaká by tato realita měla být (Funkhouser, 1973, s. 63). U témat, ke kterým neexistují zjevná data, využil Funkhouser trendů. U zjevných témat použil zdroj „Statistical Abstract of United States“, kdy například počty vojenských jednotek za jednotlivé roky kvantitativně vyjádřil vývojem reálné situace války ve Vietnamu (Funkhouser, 1973).

Když tuto situaci připodobníme k situaci pandemie koronaviru v ČR, můžeme počty vojáků připodobnit k počtům nakažených a tedy „bojujících s koronavirem“. Jako indikátor by tedy bylo vhodné využít počty aktuálně nakažených. Nejčastěji byl však s vývojem situace v ČR spojován indikátor denního přírůstku počtu nakažených. Je ale předem známé, že stejně jako jiná témata je i pro vývoj koronaviru v České republice vyjádření kvantitativními znaky problematické, a proto operacionalizaci reálné situace musíme brát s rezervou.

2.4 Novinové zprávy oproti televizním

Vzhledem ke skutečnosti, že ve svém výzkumu analyzuji webové a televizní zpravodajství, je vhodné odůvodnit, proč jsou tyto zprávy srovnatelné. McCombs (2004, s. 84) nemluví přímo o webových zprávách, ale porovnává novinové a televizní zprávy. Jeho odpověď na otázku, které médium má větší moc, zní: „*Přijde na to*“. Významným způsobem se to totiž v různých situacích liší.

Obecně lze ale říct, že čtenáři novin (v našem případě bychom mohli říct zpravodajských webů) mají více času na seznámení se s obsahem, ale televizní zpravodajství působí jako titulní stránka novin (McCombs, 2004). Wanta (1997a, podle Kalvas & Kreidl, 2007, s. 345) také říká, že efekt elektronických médií nastupuje rychleji a tisk je trvalejší.

Stejně jako i já, mnoho výzkumníků bere v potaz např. jen jedno médium jako zdroj agendy. Spoléhají se při tom na předpoklad, že média obsahují vysokou míru redundance (Comstock & Scharrer, 1999). Touto mírou redundance se zabývá teorie intermediálního nastolování agendy.

2.5 Intermediální nastolování agendy

Agenda setting neprobíhá jen na úrovni mediální agenda – veřejná agenda, ale také na dalších. Jedním z nich je intermediální agenda, tedy přenos agendy mezi jednotlivými médii (McCombs, 2009). Tento koncept je pro nás důležitý především proto, že díky němu můžeme analyzovat jen jeden typ média, protože obsahy jednotlivých médií bývají podobné. Kalvas (2007, s. 345) říká, že měření obsahu jen jednoho typu média je pravděpodobně validním nástrojem měření konstruktů mediální agenda. Víme ale, že méně indikátorů je zatíženo vyšší mírou chyb (Řehák, 1998).

Pro tento koncept je charakteristická snaha o zmapování mechanismů vzájemného ovlivňování se médií (Škodová et al., 2008, s. 24). Důležitým zdrojem výběru mediálních sdělení jsou témata obsažená v ostatních zpravodajských zdrojích a médiích. McCombs (2009, s. 165) mluví o elitních médiích, která mají výrazný vliv na agendu jiných médií. Ve spojených státech je to například New York Times, jejíž agenda zpráv titulní strany je zdrojem pro Associated press. Breed (1955) šíření zprávy z hlavního zpravodajského média na množství dalších označil pojmem „dendrický vliv“. Připodobňuje tento proces k jakémusi rodokmenu, v němž se cesta od společného předka větví směrem k velkému množství potomků, kteří ve světě žurnalistiky často bývají přesnými klony. Jiným důvodem vysoké redundance médií může být i nezamýšlený důsledek společné orientace novinářů (Rogers, 1996, podle Kalvas & Kreidl, 2007, s. 345).

V českém prostředí se výzkumem intermediální agendy zabývaly Trampota a Nečas (2007). Ve výzkumu si kromě jiných kladly otázku, na jaká média je nejčastěji odkazováno.

S využitím kvantitativní obsahové analýzy došli k závěru, že „*S určitou mírou zkreslení lze tvrdit, že televizní stanice nejčastěji odkazují na tištěná média, tištěná média nejčastěji odkazují na televizní stanice a rozhlasové stanice nejvíce odkazují na deníky, přičemž samy rozhlasové stanice mají v rámci sledované intermediální agendy nejslabší pozici*“ (Trampota & Nečas, 2007, s. 18). Výzkum byl realizován před skoro 15 lety, kdy mělo webové zpravodajství jiné postavení než dnes. Výzkum Kantar CZ pro ČT (2020) nám určil jako hlavní zdroj informací Českou televizi. Zda je web seznamzpravy.cz „elitní médium“ nebo je dendricky ovlivněn jiným, není empiricky prokázáno. Podstatné ale je, že v českém prostředí je intermediální nastolování agendy běžná praxe, a tudíž můžeme říct, že zprávy mohou být podobné (Trampota & Nečas, 2007). Pro ověření tohoto předpokladu je ale potřeba i empirické prokázání, které představím v metodologické části

2.6 Postoje a jednání

V posledních třech dekadách dvacátého století došlo u tématu nastolování agendy ke spojení s množstvím dalších konceptů masové komunikace a jednání (McCombs, 2009, s. 173). Výsledky výzkumů z Japonska a USA ukázaly tři typy chování souvisejících s nastolováním agendy. Za prvé diskusi, za druhé reflexi a touhu po dalších informacích a za třetí pozornost a zájem (McCombs, 2009, s. 189). Tyto závěry jsou pro nás relevantní především v tématu potřeby orientace, kterému se budu věnovat později, v kontextu kontingentních podmínek ovlivňujících přenos mediální agendy.

Konkrétní projevy důsledků agendy setting, jako je změna veřejné agendy (obav), a změna jednání (snaha vyhýbat se kontaktu), se dají připodobnit ke dvěma následujícím výzkumům. První popisuje proces přenosu agendy z perspektivy nastolování agendy I. stupně (Německo 1986) a druhý z perspektivy nastolování agendy II. stupně (Německo 1976).

2.7 Zahraniční výzkumy zaměřené na nastolování agendy ve vztahu k obavám

Od roku 1968, kdy proběhl první výzkum účinků teorie agenda setting zvaný Chapell Hill study byly provedeny stovky empirických výzkumů vlivu zpravodajských médií na veřejnou agendu. Většina výzkumů této tematiky využívá metodu Most Mentioned Issue (McCombs, 2009), některé se ale zaměřují na konkrétnější emoční procesy, jako je měření množství obav. Jedním z nich je měření veřejného mínění v Německu roku 1986 (McCombs, 2009, s. 39).

Účinky nastolování agendy se v Německu roku 1986 projevily u tématu dodávek energie. Jakmile proběhl rychlý nárůst významnosti ve zpravodajské agendě, během týdne narostl i zájem ve veřejné agendě. Když pak zájem zpravodajství poklesl, klesl také počet respondentů vyjadřujících obavy o dodávky energie do Německa (McCombs, 2009). Proces nastolování agendy I. stupně byl potvrzen.

Další důkaz, taktéž z Německa, pochází z roku 1973, kdy média prezentovala stále více negativních tvrzení ohledně dodávek ropy do země a později byla situace dokonce označována jako „krize“. Přestože byly dodávky ropy do země vyšší, u více než 2/3 respondentů se zvýšily obavy ohledně nedostatku paliva a co víc, zprávy měly za následek behaviorální reakci, kdy narostla poptávka o paliva a tím došlo k reálné „krizi“. Když pak poklesl i počet negativních zpráv ohledně dodávek ropy, klesl i počet respondentů obávající se nedostatku paliva (McCombs, 2009).

Je k zamyšlení, zda by se tyto dva příklady z Německa daly připodobnit k první vlně pandemie koronaviru v ČR. První příklad měřil účinky nastolování agendy I. stupně, druhý se zaměřoval na agendu atributů – II. stupeň nastolování agendy. Podobným způsobem budu i já zkoumat účinky nastolování agendy vzhledem k obavám, konkrétně na příkladu obav ohledně pandemie koronaviru.

Jiný způsob operacionalizace významnosti tématu využili Holbach a Maurer (2014). Během zkoumání nastolování mediální agendy EHEC-Epidemie v Německu využili jako indikátor veřejné agendy dotazy v on-line vyhledávacích. Stejně jako jiné indikátory ale ani tento není plně vypovídající. Četnost vyhledávání tohoto tématu na internetu ovlivňuje, stejně jako v případě veřejné agendy koronaviru, například míra nejistoty související s epidemií, a tudíž i potřeba hledání informací na internetu (Holbach & Maurer, 2014).

Přestože má zpravodajská agenda vliv na řadu témat ve veřejné agendě, některé příklady uvádějí, že nejsou všemocnými diktátory (McCombs, 2009, s. 42). Jedním z nich je měření veřejného mínění v Louisville v letech 1974–1981. Výzkumem byla změřena středně silná statisticky významná korelace (+0,65), účinky nastolování agendy byly ale prokázány pouze u čtyř témat, u zbylých dvou se jednalo o tzv. reverzibilní nastolování agendy, tedy situaci, kdy „*veřejný zájem nastoluje agendu médií*“ (McCombs, 2009, s. 41-42). Respondenti také například na prvním místě uvedli důležitost údržby silnic, kterému se zpravodajská agenda téměř vůbec nevěnovala.

Je možné, že i má práce prokáže, že mediální obraz koronavirových zpráv s mírou obav vůbec nesouvisí. Účinky nastolování agendy jsou totiž do velké míry spoluvytvářeny vlastnostmi mediálního sdělení a v menší míře také individuálními rozdíly, které ale mohou být rozhodující (McCombs, 2009). Takovým faktorům, kterým je například míra nejistoty v případě EHEC-Epidemie, říkáme kontingentní podmínky.

2.8 Kontingentní podmínky

2.8.1 Potřeba orientace

Celková významnost tématu je výsledkem dostupnosti a relevance pro jedince (McCombs, 2009). Důvody, proč člověk považuje téma za „nejdůležitější“, a mělo by u něj tedy dojít k přenosu do veřejné agendy, jsou především občanská povinnost, silné emoce, osobní zájem, vliv okolí a vlastní zájem. Neopomenutelná je však potřeba orientace.

Čím vyšší má člověk potřebu orientovat se ve veřejných věcech, tím spíše bude naslouchat veřejné agendě (Weaver, 1977, podle McCombs, 2009, s. 96). McCombs (2009, s. 96) také zmiňuje důkazy, že potřeba orientace je zároveň společnou vysvětlující proměnnou mezi dosaženým vzděláním (zvláště vysokoškolským) a sledováním debat mezi kandidáty, díky čemuž lépe naslouchá mediální agendě. Na základě tohoto výroku bychom pak v našem případě mohli zkoumat, jakou roli ve vnímání obav hraje vzdělání. Vysokoškolsky vzdělaní lidé by měli nejvíce „kopírovat“ linku časové řady vývoje agendy médií. K měření obav máme ale k dispozici pouze řadu čtyř čísel, ze které by počítání korelační analýzy nebylo smysluplné.

2.8.2 Osobní zkušenost

Potřeba orientace se odvíjí od důležitého faktoru – osobní zkušenosti s tématem. U některých témat, které McCombs (2009, s. 102) označuje jako „vtíravá“, postačí pro orientaci jedinců v určitém tématu osobní zkušenost. Výsledkem je nízká potřeba orientace, a tudíž malá souvislost mezi veřejnou a mediální agendou (McCombs, 2009). Bylo by ale vhodné zjistit, která témata v mediální agendě ze zmíněného období se přímo týkala osobních životů lidí. Pokud by se mediální koronavirová témata současně týkala i osobních životů lidí, byla by tato témata „vtíravá“, neměli bychom potřebu se v nich orientovat, a tudíž bychom méně naslouchali mediální agendě.

Ne vždy ale osobní zkušenost s tématem reprodukuje uspokojivou orientaci. Mezi lidmi panují individuální rozdíly v množství informací, které potřebují k orientaci a osobní zkušenost může dokonce podnítit člověka v hledání nových informací v médiích za účelem ověření společenského problému (McCombs, 2009, s. 105). Stejně tak může účinky agendy posílit například konverzace (Want, 1997, podle McCombs 2009, s. 106), která ale může potřebu orientace rovněž uspokojit, a tudíž účinky utlumit (Atwater, Salwen, & Anderson, 1985). Důležitými aktéry jsou v tomto případě názoroví vůdci a proces dvoustupňového toku informací (Kalvas & Kreidl, 2007).

Potřeba orientace je obzvláště vysoká, jedná-li se o zahraniční témata, jelikož s nimi nemáme osobní zkušenost (McCombs, 2009). Proto by bylo také vhodné zanalyzovat, jaký důraz v našem období kladlo zpravodajství ohledně koronaviru na zahraniční témata.

2.8.3 Téma jako hrozba a důsledek pro společnost

Další faktor, který může posílit účinky přenosu agendy je označení tématu jako hrozba. Carter, Stamm a Heintz-Knowles (1992), kteří se ve své studii zabývali kognitivními aspekty nastolování agendy, zjistili, že až třetina respondentů uvedla, že společenská hrozba je důvod, proč téma v agendě přesunout směrem nahoru. Onemocnění AIDS a téma znečištění životního prostředí byla témata, která respondenti nejčastěji označovali jako hrozba. Pro tuto práci jsou závěry této studie zajímavé, jelikož téma hrozby, které dle této práce vykazuje vysoký stupeň nastolování agendy, často souviselo s tématem globálního onemocnění a koronavirus je také globální onemocnění.

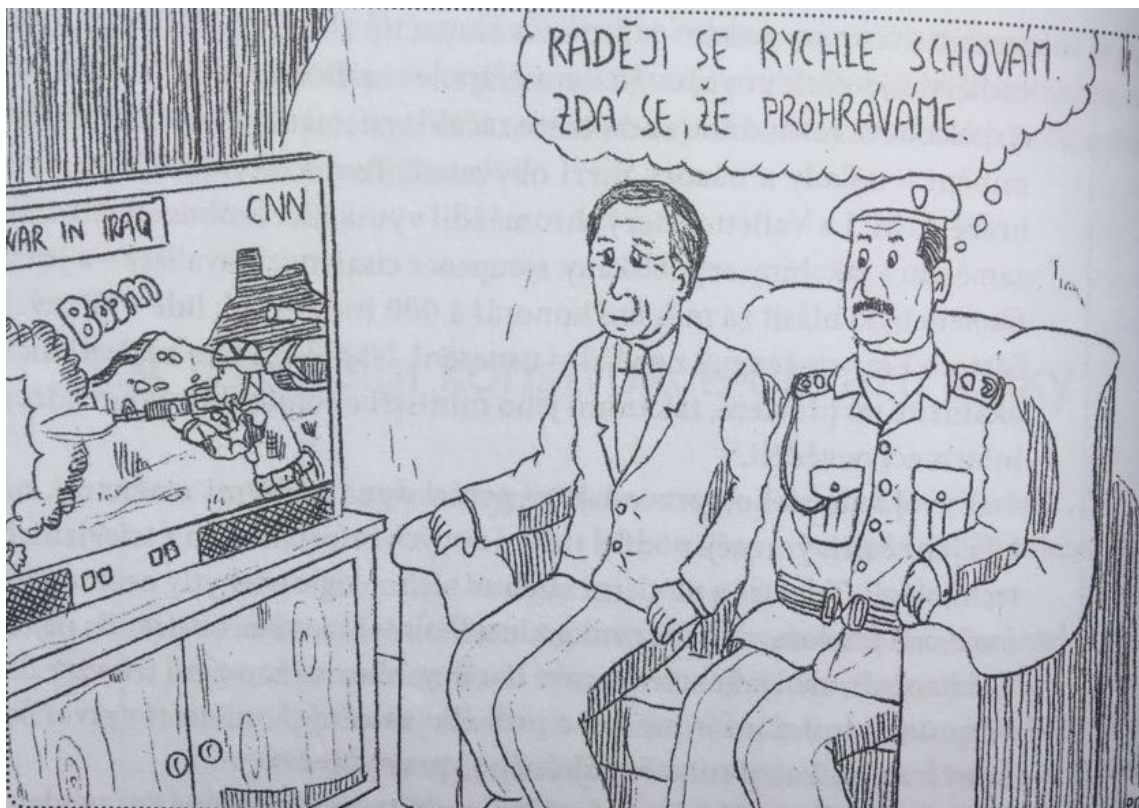
Kromě jiných byl dalším důvodem pro přesunutí tématu v agendě směrem nahoru důsledek pro společnost, kterou uvedla čtvrtina respondentů (nejčastěji se jednalo o témata nezaměstnanost a rozpočtový deficit, což jsou témata, která s koronavirovou situací také souvisí) (Carter, Stamm & Heintz-Knowles, 1992). Na základě této studie usuzují, že téma koronaviru by mělo vykazovat vysoký stupeň nastolování agendy, jelikož je globální nemocí jako například AIDS, které je označováno za hrozbu a zároveň je úzce spojeno s tématem společenských důsledků, jako je například rozpočtový deficit či nezaměstnanost.

2.8.4 Sekularizace

Téma hrozby souvisí s pojmem sekularizace. Sekularizace je proces sociálního konstruování bezpečnostních hrozeb a rizik, v jehož rámci se určité téma stává tématem bezpečnostním, ne proto, že se skutečně jedná o hrozbu, ale proto, že je jako hrozba prezentováno a tato prezentace je přijatelná (Waisová, 2005, s. 91). Sekularizované problémy jsou bezpečnostní problémy, které jsou vnímány a prezentovány jako bezpečnostní hrozba, která si vyžaduje přijímání mimořádných opatření a ospravedlňuje jednání vybočující ze standardních mantinelů politických procedur. Indikátorem přechodu bezpečnostního problému do veřejné sféry je jeho medializace. Problém se stává tématem veřejné debaty (agendy), což signalizuje jeho frekvence v mediálních obsazích (Urban et al., 2011, s. 175).

Vysoký stupeň agendy-setting v bezpečnostní oblasti registrujeme u témat války, boje proti terorismu, kriminality, násilí a etnických konfliktů (Urban et al., 2011, s. 180). Téma pandemie by se dalo připodobnit k jakési „válce proti viru“ (viz Obrázek 3.1).

Obrázek 3.1



ZDROJ: Urban et al. (2011, s. 182)

2.8.5 Agenda-melding

Mimo přenosu významnosti mají média také schopnost vytvářet konsensus mezi společenskými vrstvami (McCombs, 2009, s. 202). Ve světě existuje mnoho různých nositelů agendy – rodina, přátelé, škola a především média, která jsou „často první mezi rovnými, když utvářejí náš současný život“ (McCombs, 2009, s. 203). Koncept „agenda-melding“ se zabývá osobní agendou jednotlivců ve vztahu k příslušnosti k některým skupinám (Shaw, McCombs, Weaver, & Hamm, 1999). Příslušníci dané skupiny či komunity mají tendenci sjednocovat své priority s prioritami dané skupiny. Během tohoto procesu se osobní agendy porovnávají s množstvím dalších agend jako jsou agendy médií či agendy ostatních jedinců. V našem případě by bylo vhodné analyzovat, zda se naměřené obavy liší z hlediska genderu, věku či socioekonomického postavení.

2.9 Shrnutí východisek

Mediální obsahy, které na nás působí svou agendou, jsou často zprostředkovanou informací. Jelikož s tématy obsaženými v médiích často nemáme osobní zkušenost, reagujeme na jakési „pseudoprostředí“, které vytvářejí zpravodajská média. Zobrazováním témat médií ve vztahu k publiku se zabývá teorie agenda setting. Původní teorie zahrnující vztah mediální a veřejné agendy byl obohacen koncepcí „reálného stavu“, který koncept přenosu významnosti představuje v rámci vícedimenzionálního působení. Kromě těchto tří dimenzí existuje také množství kontingentních podmínek, které mohou být dalšími činiteli ve schématu veřejná agenda – mediální agenda – reálná situace. Jednou z kontingentních podmínek je například koncept agendy-melding, která může mít vliv nejen na příjem mediální agendy, ale také na percepci obav, a to nezávisle na sobě. Stejně jako potřeba orientace, výše dosaženého vzdělání, osobní zkušenost s tématem či míra sekularizace tématu koronavirus je i příslušnost k sociální skupině kontingentní podmínkou, která je pro nás latentní proměnnou. Působení těchto faktorů vyvrací jednu z podmínek kauzality – absenci cizí proměnné. Nemůžeme tedy říct, že existuje kauzální vztah mezi mediálním vlivem a obavami příjemců, ale můžeme co nejpřesněji empiricky prokázat, že je to jeden z faktorů, který má na percepci obav vliv. V následující metodologické části popíšu způsob, jakým jsem vztah obav, mediálního obrazu koronaviru a reálné situace analyzovala.

3 Metodika výzkumu

Již víme, že kvůli množství kontingentních podmínek, které do vztahu obav, mediálního obrazu koronaviru a reálné situace zasahují, nemůžeme souvislosti v této složité síti vztahů kauzálně ověřit. Můžeme se ale zaměřit na zkoumání dílčích vztahů a zjistit tendence a souvislosti. Vzhledem k tomu, že máme k dispozici reprezentativní vzorek dat z měření veřejného mínění (výzkum STEM/MARKu), data umožňující obsahovou analýzu médií (archiv pořadu Události a články na seznamzpravy.cz z období 23. 3. – 19. 4. 2020) a indikátory reálného stavu ve formě institucionálně zpracovaných dat (data z oficiálního webu MZČR, data z webu Worldmeter.info) o počtech nakažených koronavirem, můžeme vztahy mezi těmito dimenzemi analyzovat.

Během analýzy jsem tedy zkoumala souvislosti mediálního obrazu koronavirových zpráv, obav souvisejících s pandemií a reálné situace. Stanovila jsem si tři dílčí výzkumné otázky.

Nejprve jsem zkoumala souvislost mediálního obrazu a obav (VO1), kterou zodpoví výsledky kvantitativní obsahové analýzy metodologie agendy-setting I. stupně (H1) a kvalitativní obsahové analýzy metodologie agendy-setting II. stupně (H2). Kromě obav se zaměřím i na souvislost s chováním (H3).

Druhá výzkumná otázka zkoumá tendence při zobrazování zpráv (VO2) a jejich možné souvislosti s obavami. Jednak kvalitativně ukážu rozdíly v tematickém zaměření médií (H4) a také se částečně (pro potřeby mé analýzy) zaměřím na teorii intermediálního nastolování agendy (H5).

Na závěr se zaměřím na reálnou situaci a její vztah s obavami a mediální prezentací. Koreluje reálná situace s mediálním obrazem koronaviru (H6)? Můžeme reálnou situaci operacionalizovat denním přírůstkem počtu nakažených (H7)?

3.1 Volba perspektivy

Zkoumání důsledků nastolování mediální agendy je dle „acupulstické typologie“ možné zkoumat ze čtyř perspektiv. První, konkurence, sleduje celou agendu z pohledu systému (souhrnných dat). Druhá perspektiva, automat, také sleduje celou agendu, ale z hlediska agendy každého jednotlivce. Třetí perspektiva, *historický vývoj*, se úzce zaměřuje na jediné téma ve veřejné a mediální agendě. Právě historický vývoj je pro mou analýzu vhodný, jelikož se zaměřuje na stupeň korespondence mezi veřejnou (obavy z koronaviru) a mediální (zastoupení koronavirových zpráv a atributu pozitivní sdělení) agendou a proměny významnosti v průběhu času. Poslední perspektivou je „*kognitivní portrét*“, kdy je většinou experimentem měřena významnost jednoho tématu u jednoho jedince (McCombs, 2009, s. 62-65).

3.2 Analýza mediálního obrazu koronaviru

3.2.1 Obsahová analýza mediálního obrazu

Pro zkoumání mediálního obrazu jsem zvolila kvantitativní (v případě nastolování agendy I. stupně) a kvalitativní (v případě zkoumání nastolování agendy II. stupně) obsahovou analýzu. Ta je vhodná zejména z důvodu možnosti popisu proměny mediálních obsahů v delším časovém horizontu a také umožní snadné srovnávání různých typů médií (Trampota & Vojtěchovská, 2010, s. 99), tedy v mém případě kombinaci televizního a internetového zpravodajství. Jelikož je tato metoda založená na kvantifikaci a využívá statistické procedury, je vhodná na zpracování velkého množství textu (Trampota & Vojtěchovská, 2010, s. 103). Popis obsahu by měl být intersubjektivně ověřitelný a měl by být získáván systematicky (Wikiknihovna, 2021). Já jsem zprávy kódovala sama, proto jsem se snažila minimalizovat efekt způsobený subjektivním vnímáním zpráv tím, že jsem na základě konzultace s mým vedoucím práce zprávy důkladně a co nejpřesněji zakódovala.

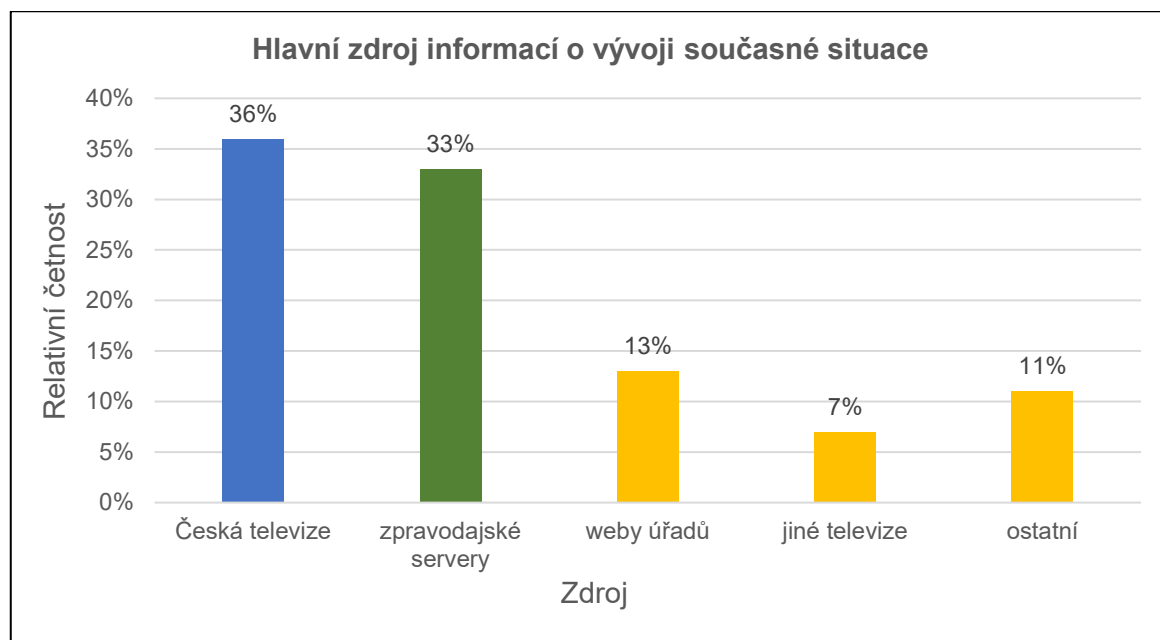
Po stanovení výzkumných otázek a hypotéz jsem si definovala výběrový vzorek.

Definice výběrového vzorku:

Agentura Kantar CZ pro ČT realizovala v období 31. 3. – 1. 4. 2020 na vzorku 1004 respondentů výzkum ohledně nejčastějšího zdroje informací o vývoji současné situace. Data byla sbírána metodou CASI prostřednictvím panelu domácností KantarMAP a byla vyvážena tak, aby byla reprezentativní (Kantar CZ pro ČT, 2020).

Na základě této opory jsem pro obsahovou analýzu jako hlavní médium zvolila Českou televizi a pořad Události (viz Graf 2.2).

Graf 2.2 Hlavní zdroj informací o vývoji současné situace



ZDROJ: Kantar CZ pro ČT (2020)

Pro Čechy byla hlavním zdrojem informací ohledně šíření nákazy nejen Česká televize, ale i zpravodajské servery (viz Graf 2.2). Výzkum NetMonitor (2020, podle Mediaguru, 2020b) uvádí, že Seznamzpravy.cz, byl druhý nejnavštěvovanější server v březnu 2020 (viz Tabulka 1.1). Zároveň je tento web zobrazen na domovské stránce vyhledávače seznam.cz (ještě před nejčtenějším webem - novinky.cz), který je v České republice druhým nejnavštěvovanějším vyhledávačem (po Google, který ale na domovské stránce nezobrazuje zpravodajství) (Marketing Miner, 2020, podle Mediaguru, 2020a).

Tabulka 1.1 Vývoj návštěvnosti TOP zpravodajských webů v březnu 2020

Vývoj návštěvnosti TOP zpravodajských webů v březnu 2020			
Pořadí	kategorie Zpravodajství	reálný uživatel III/2020	page views III/2020
1.	novinky.cz rubrika Zpravodajství	6 341 310	432 846 881
2.	seznamzpravy.cz	5 891 665	321 133 745
3.	aktualne.cz Zprávy	4 860 073	164 158 427

ZDROJ: Netmonitor (2020, podle Mediaguru, 2020)

Z definovaného výběrového vzorku jsem následně vybrala patřičný vzorek.

Výběr patřičného vzorku:

Výběr vzorku se řídil obdobím sběru dat pro výzkum STEM/MARKu, abych mohla výsledky obsahové analýzy médií vztáhnout k naměřeným obavám. Sběr dat proběhl ve čtyřech vlnách. Všechny čtyři sběry probíhaly tři dny a mezi prvním dnem sběru bylo (vyjma sběru třetí vlny) týdenní časové rozmezí (STEM/MARK, 2020). Z toho důvodu jsem analyzovala mediální obsah vždy sedm dní před prvním dnem sběru. Výsledný vzorek tedy obsahoval 28 dní v rozmezí od 23. 3. – 19. 4. 2020 (viz Tabulka 1.2).

Tabulka 1.2 Časové rozložení analýzy

VLNA	Období obsahové analýzy médií	Období realizace dotazníkového šetření
1. vlna	23.03.–29.03. 2020 (7 dní)	30.3.-01.04. 2020
2. vlna	30.3.-05.04. 2020 (8 dní)	06.04.-8.04. 2020
3. vlna	06.04. - 13.04. 2020 (8 dní)	14.4.-16.04. 2020
4. vlna	14.04. -19.04. 2020 (6 dní)	20.4.-22.04. 2020

McCombs (2004, s. 78) říká, že „účinky nastolování agendy zdaleka nejsou okamžité, ale projevují se po relativně krátkém čase“. Může také docházet k akumulaci vlivu z minulých měsíců. Účinky se dle něj mohou objevovat v rozmezí 1-8 týdnů, přičemž medián je 3.

Z tohoto důvodu není problém analyzovat mediální obsah dle rozdělení období sběru – vždy 7 dní před sběrem (kromě 3 a 4 vlny, kdy došlo v důsledku posunu dne sběru, a tudíž bylo období analýzy 3. vlny prodlouženo o jeden den a období čtvrté vlny naopak zkráceno o jeden). Výsledné obavy ze čtyř vln jsem vztahovala k prvnímu dni sběru.

Dalším krokem bylo definování jednotky měření.

Výběr a definice jednotky měření a konstrukce kategorií obsahu, které budou analyzovány

V každém z 28 dní jsem na v rámci pořadu Události a webu seznamzpravy.cz analyzovala publikovaný obraz. Pro analýzu televizního zpravodajství pořadu Události pro mě jednotkou měření byla **reportáž**, u webových serverů jsem za jednotku měření zvolila **článek**.

Zprávy jsem rozdělila dle zaměření – na „zprávy týkající se koronaviru“ a „zprávy, které se koronaviru netýkají“. Zároveň jsem se zaměřila na atribut „pozitivní zpráva“. Tyto zprávy se týkaly především obsahů ohledně zlepšování koronavirové situace. Následoval systém kvantifikace.

Vystavení systému kvantifikace a následné provedení pilotního kódování

Po provedení pilotního kódování jsem zjistila, že by bylo vhodné celkové koronavirové zprávy (KT) rozdělit na „koronavirové“ (KORONA) a „tematicky koronavirově zaměřené“ (TEMA). Konkrétnější popis, vysvětlení i příklady kódování jsou uvedeny v Příloze 4, Příloze 5, Příloze 7 a Příloze 8.

Analýza shromážděných dat

Shromážděná data jsem převedla do podoby datového souboru. Zpravodajské reportáže jsem vyvážila délkou zpráv (viz Tabulka 1.3). Při analýze zpravodajských reportáží jsem tedy dále pracovala jen s počty **reportáží vážené rozsahem**, v analýze článků jsem pracovala s **absolutním počtem článků**. Během kódování jsem některé zprávy zhodnotila jako nezařaditelná, jelikož se dá zařadit jak do koronavirových, tak i tematicky zaměřených zpráv. Tyto zprávy jsem zařadila do obou kategorií (0,5 a 0,5), aby nedošlo ke ztrátě informace v součtu celkových koronavirových (KT).

Následně jsem pro každý z 28 dní vypočítala aritmetický průměr – z podílu koronavirových zpráv (průměr KORONA_CT1 a KORONA_seznam = KORONA), z podílu tematických zpráv (průměr TEMA_CT1 a TEMA_seznam = TEMA) a z podílu celkových koronavirových zpráv (průměr KT_CT a KT_seznam = KT). Výsledkem byla časová řada o 28 dnech sestavená z průměrů.

Tabulka 1.3 Vážení délky reportáží

Délka reportáže	Hodnota vážení
Do 1 minuty	1
1–3 minuty	2
více než 3 minuty	3

3.2.2 Intermediální nastolování agendy

Abych ale mohla mediální obraz našeho zvoleného období ukázat na příkladu seznamzpravy.cz a ČT1, musím nejprve prokázat, že obsah zpráv v médiích je podobný. Tímto mechanismem se zabývá intermediální nastolování agendy.

V teoretické části jsem již zmiňovala výzkum, který se zabýval intermediální agendou v ČR. Zároveň jsem také zdůrazňovala, že je vhodné tento předpoklad empiricky prokázat.

Pro empirické prokázání jsem demonstrovala vliv intermediálního nastolování agendy pomocí elementární obsahové analýzy nejčtenějšího webu novinky.cz a třetího nejčtenějšího webu aktualne.cz (viz Tabulka 1.1). Ve našem zvoleném období jsem v rámci těchto dvou webů analyzovala jeden den ze začátku (24. 3. 2020) a jeden den z konce (18. 4. 2020) zkoumaného období. Pro ukázkou podobného vývoje celkových koronavirových zpráv jsem sledovala procentuální rozdíl mezi těmito dvěma dny. Pokud by média prezentovala koronavirové zprávy vzhledem k jejich relativní četnosti podobně, procentuální rozdíl by neměl být záporný a měl by být podobný, jako v případě ČT1 či seznamzpravy.cz.

3.3 Analýza obav – výzkum STEM/MARKU ohledně obav z pandemie koronaviru

Agentura STEM/MARK sledovala v každotýdenním kontinuálním průzkumu přístup lidí k epidemii koronaviru COVID-19 a změnu jejich postojů a chování. Výzkum probíhal ve čtyřech vlnách v období od 30. 3. – 22. 4. 2020. Pro sběr reprezentativního vzorku dat byla použita metoda CAWI. Požádala jsem tedy agenturu STEM/MARK o primární data z tohoto výzkumu, ale byly mi poskytnuty pouze agregované tabulky se čtyřmi položkami. Obavy byly měřeny třemi položkami (Q1, Q7, Q8) a chování jednou položkou (Q6), (viz 1.4).

Tabulka 1.4 Výzkum měřící obavy ohledně koronaviru

Položka v dotazníku	Možnosti odpovědí	Vlna 1 (30.3.- 1.4.)	Vlna 2 (6.4.- 8.4.)	Vlna 3 (14.4.- 16.4.)	Vlna 4 (20.4.- 22.4.)	Total
		%	%	%	%	
Q1. Jak se změnil Váš přístup k epidemii koronaviru COVID-19 od její vypuknutí v ČR začátkem března?	Zásadně se zvýšily mé obavy z nákazy	18	13,1	10,2	13,7	13,8
	Zvýšily se mé obavy z nákazy	52,7	45,1	46,3	34,6	44,7
	Nezměnilo se nic	27,8	33	32,2	36,1	32,3
	Snížily se mé obavy z nákazy	1,5	7,3	8,8	12,2	7,4
	Zásadně se snížily mé obavy z nákazy	0	1,5	2,4	3,4	1,8
	Total N	205	206	205	205	821
Q7. Obáváte se, že i vy budete nakažen/a koronavirem?	Určitě ano	16,1	12,6	12,2	8,3	12,3
	Spíše ano	34,6	30,6	34,6	30,2	32,5
	Spíše ne	43,4	50	48,3	55,1	49,2
	Určitě ne	5,9	6,8	4,9	6,3	6
	Total N	205	206	205	205	821

Q8. Máte obavy z vycházení ven?	Určitě ano	9,8	7,8	8,3	5,4	7,8
	Spíše ano	32,7	25,7	29,8	14,6	25,7
	Spíše ne	38,5	40,8	44,9	51,2	43,8
	Určitě ne	19	25,7	17,1	28,8	22,7
	Total N	205	206	205	205	821
Q6. Snažíte se vyhýbat kontaktu s jinými lidmi?	Určitě ano	56,6	43,7	41,5	27,8	42,4
	Spíše ano	36,1	46,1	47,8	54,6	46,2
	Spíše ne	7,3	7,8	9,8	12,2	9,3
	Určitě ne	0	2,4	1	5,4	2,2
	Total N	205	206	205	205	821
Význam barev:						
Čím je modrá barva tmavší, tím je výsledek statisticky významně vyšší než výsledek za všechny respondenty uvedený ve sloupci Total. Tzn. že ve sledované podskupině je tento názor/jev zastoupen výrazně častěji než v populaci jako celku.						
Tmavě modrý odstín ilustruje test statistické významnosti na hladině s pravděpodobností 99,9 %.						
Světle modrý na hladině s pravděpodobností 95%.						
Červená barva znamená, že výsledek je statisticky významně nižší než výsledek pro všechny respondenty uvedený ve sloupci Total. Znamená to, že ve sledované podskupině je tento názor/jev zastoupen méně často než v populaci jako celku.						
Světle červený na hladině s pravděpodobností 95%.						
Tmavě červený odstín ilustruje test statistické významnosti na hladině s pravděpodobností 99,9 %.						

ZDROJ: STEM/MARK (2020)

Data v této podobě (viz Tabulka 1.4) jsem nemohla pro mou analýzu použít, protože žádanou polaritu mezi klesáním a stoupáním obav zobrazují příliš mnoha čísly. Musela jsem je tedy upravit. Z dat STEM/MARKu jsem z absolutních četností odpovědí na jednotlivé otázky vypočítala podíl lidí, kteří se pandemií „bojí“, tedy jsem sloučila např. kategorie „Určitě ano“ a „Spíše ano“. Tím jsem získala údaje o relativních četnostech konkrétních obav ve čtyřech vlnách (viz Tabulka 1.5).

Pro analýzu celkových obav jsem navíc z tří položek měřících obavy vytvořila index obav (OBAVY_index) (viz Tabulka 1.5). Při počítání indexu jsem nejprve vypočítala absolutní četnosti odpovědí vyjadřující obavy na třech položkách:

- Q1. Jak se změnil Váš přístup k epidemii koronaviru COVID-19 od její vypuknutí v ČR začátkem března? - součet absolutních četností odpovědí. "Zásadně se zvýšily mé obavy z nákazy" a "Zvýšily se mé obavy z nákazy".
- Q7. Obáváte se, že i vy budete nakažen/a koronavirem? - součet absolutních četností "Určitě ano" a "Spíše ano".
- Q8. Máte obavy z vycházení ven? - součet absolutních četností odpovědí "Určitě ano" a "Spíše ano".

Tato čísla, vyjadřující počty respondentů pociťující obavy (a měřené položkami Q1, Q7 a Q8) jsem sečetla pro každou vlnu. Zároveň jsem pro každou vlnu sečetla i počty pozorování. Pro každou vlnu jsem měla tedy vypočítaný celkový počet pozorování a počet respondentů, kteří v rámci tohoto pozorování vyjádřili obavy, proto jsem mohla vypočítat i relativní četnosti. Výsledkem je index vyjadřující relativní četnost lidí, kteří se bojí koronaviru, pro každou naměřenou vlnu. Z indexu je tedy zřejmý vývoj obav (viz Tabulka 1.5).

Vzniklý index obav (OBAVY_index) je možné porovnávat s chováním. Chování měří položka Q6: „Snažíte se vyhýbat kontaktu s jinými lidmi“. Tím jsem mohla ověřit otázku korespondence obav a jednání.

Tabulka 1.5 Upravené agregované tabulky výzkumu měřící obavy

Položka v dotazníku	Možnosti odpovědí	Vlna 1 (30.3.-1.4.)	Vlna 2 (6.4.-8.4.)	Vlna 3 (14.4.-16.4.)	Vlna 4 (20.4.-22.4.)	Total N
		%	%	%	%	
Q1. Jak se změnil Váš přístup k epidemii koronaviru COVID-19 od její vypuknutí v ČR začátkem března?	Zvýšily se mé obavy z nákazy	71%	58%	57%	48%	
	Nezměnilo se nic	28%	33%	32%	36%	
	Snížily se mé obavy z nákazy	1%	9%	11%	16%	
	N	205	206	205	205	821
Q7. Obáváte se, že i vy budete nakažen/a koronavirem?	Ano	51%	43%	47%	39%	
	Ne	49%	57%	53%	61%	
	N	205	206	205	205	821
Q8. Máte obavy z vycházení ven?	Ano	42%	33%	38%	20%	
	Ne	58%	67%	62%	80%	
	N	205	206	205	205	821
Q6. Snažíte se vyhýbat kontaktu s jinými lidmi?	Ano	93%	90%	89%	82%	
	Ne	7%	10%	11%	18%	
	N	205	206	205	205	821

OBAVY_index	Ano	55%	45%	47%	36%	
	Nezměnilo se nic	9%	11%	11%	12%	
	Ne	36%	44%	42%	52%	
	N	820	824	820	820	3284

Již z počátečního pohledu na tabulku výsledků výzkumu je zřejmé, že poměrně výrazně klesal počet těch, u kterých se zvýšily obavy a mírně klesl i počet těch, kteří se obávají nákazy, obávají se chodit ven a snaží se vyhýbat kontaktu s jinými lidmi. Pokles je zřejmý i z indexu celkových obav (OBAVY_index) a poměrně podstatný i v otázce chování – snahy vyhýbat se kontaktu s jinými lidmi. Souvislost s obavami a reálným stavem ukáží výsledky analýzy.

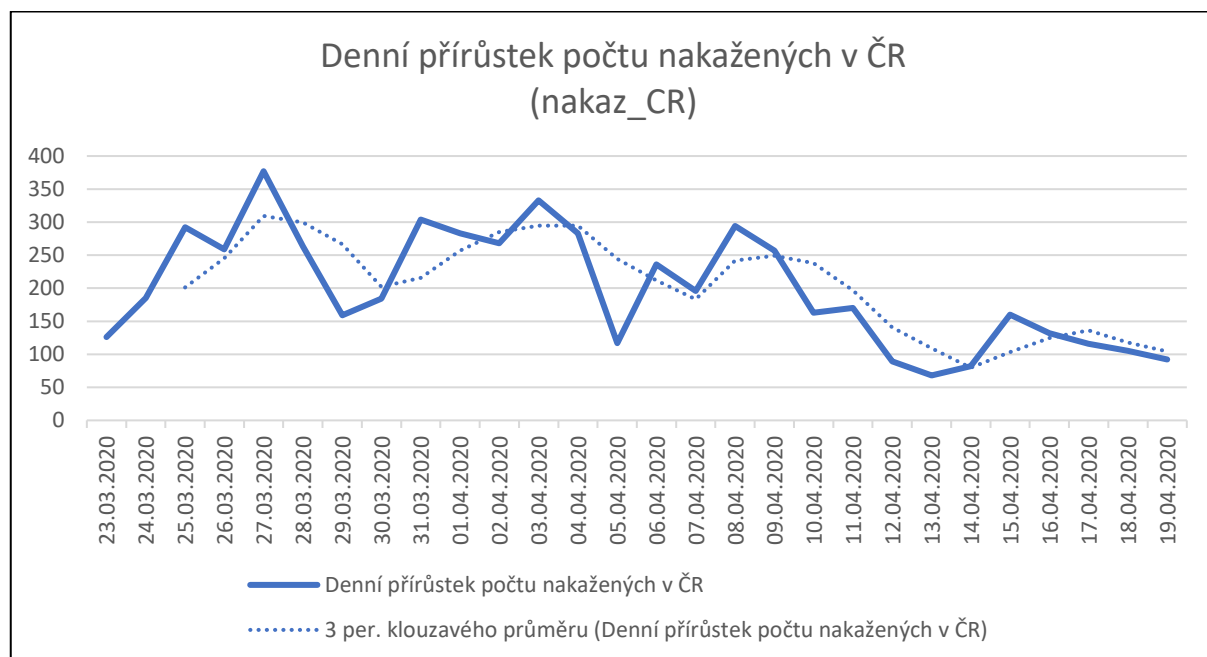
3.4 Reálná situace

Již Funkhouser (1973), který indikátor poprvé představil ve vztahu k mediálnímu pokrytí, upozorňuje na jeho obtížnou měřitelnost. Během 60. let analyzoval mediální zobrazování osmi tematických oblastí a porovnával je se „*Statistical Abstract of The United States*“, což je ekvivalent Statistické ročenky ČR. Došel ke dvěma hlavním závěrům – mediální pozornost určitým tématům silně ovlivňuje přítomnost těchto agend na veřejnosti a přítomnost a vývoj témat v rámci mediální agendy nekorrespondují se skutečnými trendy (Funkhouser, 1973, s. 74). Funkhouser měl ale možnost zvolit si téma, jehož „realita“ již byla empiricky zpracována. Jak ale operacionalizovat nové téma, jehož skutečný vývoj je teprve ve stádiu zkoumání?

Jedním z indikátorů by mohl být vývoj v ČR a druhým indikátorem by mohl být vývoj ve světě. V České republice se o epidemii nejčastěji mluvilo ve smyslu „denního přírůstku počtu nakažených“, proto jsem tato data zvolila jako první indikátor skutečnosti (viz Graf 2.3).

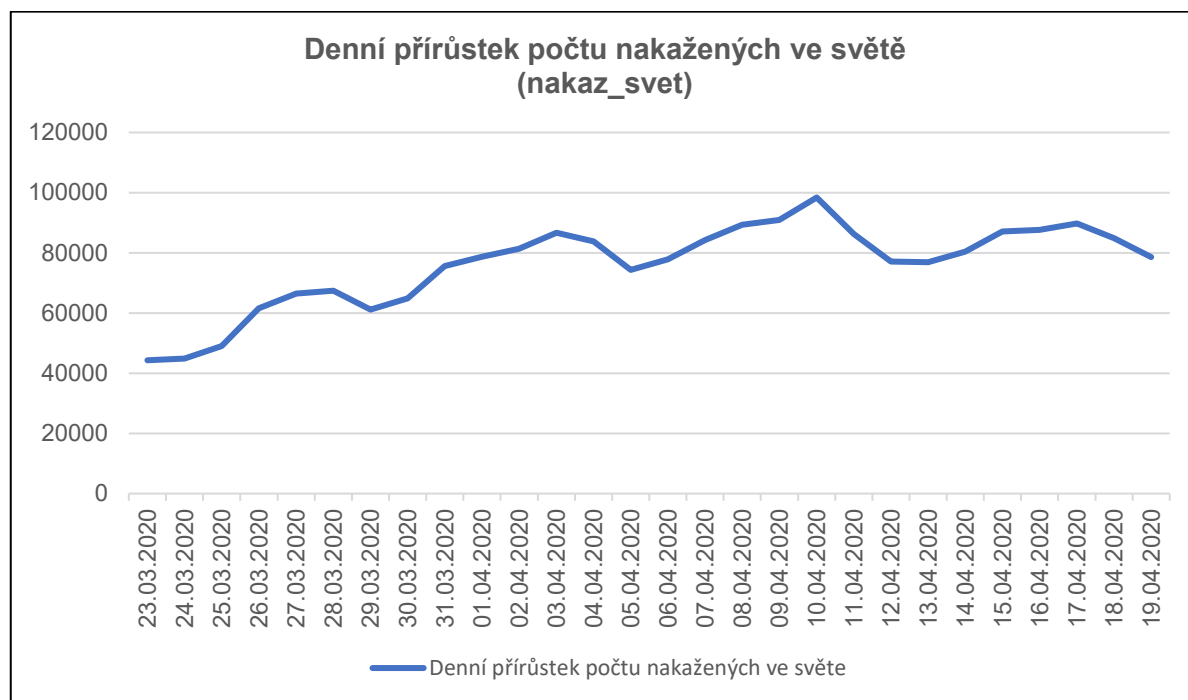
Zároveň by bylo ale vhodné se zaměřit i na vývoj ve světě, který může mít na epidemii v ČR vliv (viz Graf 2.4).

Graf 2.3 Denní přírůstek počtu nakažených v ČR



ZDROJ: Ministerstvo zdravotnictví ČR (2021) (viz také Příloha 11)

Graf 2.4 Denní přírůstek počtu nakažených ve světě



ZDROJ: Worldmeter (2021) (viz také Příloha 11)

K zjištění souvislosti mezi mediálním obrazem koronaviru (KT) a indikátory skutečnosti vyjádřenými denními počty nakažených (NAKAZ_CR, NAKAZ_svet) jsem využila korelační analýzu, při které jsem zkoumala vztah mezi mediálním zobrazováním a reálným stavem vyjádřeným nejprve denním přírůstkem počtu nakažených v ČR a následně denním přírůstkem nakažených ve světě.

Výsledný dataset obsahoval několik proměnných, které jsem mezi sebou mohla porovnávat a zkoumat jejich vzájemnou souvislost.

4 Výsledky analýzy

S využitím dat z obsahové analýzy (ve které jsem analyzovala 976 reportáží a 2762 článků), dat STEM/MARKu měřící obavy ve čtyřech vlnách a čísel vyjadřující denní přírůstky počtu nakažených v ČR a ve světě jsem analyzovala souvislosti mezi dimenzemi veřejná agenda – mediální agenda – reálná situace. Došla jsem k několika závěrům.

Byla prokázána souvislost podílu koronavirových zpráv v médiích a způsobu zobrazování koronavirových zpráv v médiích, obav a reálné situace. Podíl koronavirových zpráv v médiích i obavy v našem období klesaly. Co se týče způsobu zobrazování, zprávy, zejména pak v rámci zpravodajství ČT1, prezentovaly více zpráv týkajících se důsledků koronavirové situace, na úkor zpráv týkajících se nákazy. Reálná situace vyjádřená denním přírůstkem počtu nakažených v České republice vykazovala rovněž klesající tendence, naopak denní přírůstek počtu nakažených ve světě stoupal. Obrazně řečeno, k výslednému snížení množství obav ohledně koronaviru docházelo podle této analýzy v kontextu nižšího mediálního zájmu o téma koronavirus, vyššího zájmu o téma důsledků koronaviru, poklesu denního přírůstku počtu nakažených v ČR a zvyšování denního přírůstku počtu nakažených ve světě.

4.1 SOUVISLOST MEDIÁLNÍHO OBRAZU KORONAVIRU A OBAV (V1)

4.1.1 Výsledky analýzy dle nastolování agendy I. stupně (H1)

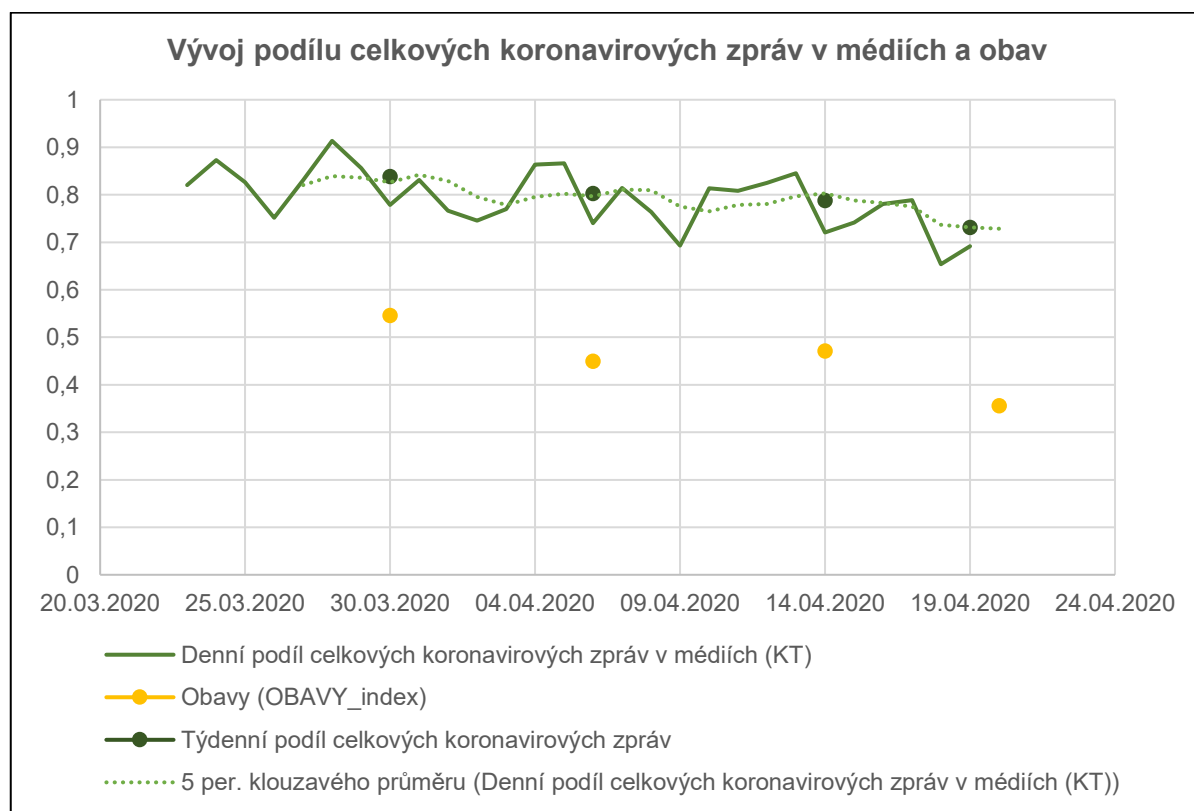
Dle metodologie nastolování agendy I. stupně jsem analyzovala souvislost mediální prezentace koronaviru s naměřenými obavami. Výsledky prokázaly platnost H1 – existuje souvislost mezi mediální prezentací koronaviru a obavami. Současně s tím, jak klesal prostor, který média (v našem případě ČT1 a seznamzpravy.cz) věnovala reportážím a článkům týkající se koronaviru, klesaly i obavy, které lidé ohledně nákazy pociťovali.

Obavy byly vyjádřené souhrnným indexem, sestaveným z odpovědí respondentů na tři položky – přístup k epidemii (Q1), obavy z nákazy (Q7) a obavy z vycházení (Q6). V případě celkových obav vyjádřených indexem by se s určitou mírou zkreslení dalo říct, že každý pátý člověk (19% pokles obav mezi prvním a posledním dnem) se v průběhu našeho období (28 dní, 23. 3. – 19. 4. 2020) přestal bát pandemie koronaviru.

Test statistické významnosti na hladině s pravděpodobností 99,9% ukázal, že nejvyšší pokles obav byl zaznamenán v přístupu k epidemii, na kterou respondenti odpověděli, že se snížily jejich obavy z nákazy, nikoli však zásadně (Q1). Tato významnost byla zjištěna také u obav respondenta z vycházení (Q8), kdy výrazně ubylo těch, kteří obavy z vycházení „spíše mají“. V případě položky měřící chování se ukázalo, že výrazně ubylo těch, kteří se určitě snaží vyhýbat se kontaktu s jinými lidmi (Q6). Statisticky významně (na hladině s pravděpodobností 95%) se také projevil přírůstek těch, kteří spíše a určitě mají obavy z vycházení ven (Q8).

Rozdíly v mediálním poklesu prezentace koronavirových zpráv se nedají (jako v případě obav) vyjádřit jedním číslem, a sice rozdílem mezi počátkem a koncem zvoleného období. Přestože docházelo k velkým výkyvům v podílech celkových koronavirových zpráv mezi jednotlivými dny, klesající tendence je zřejmá. Výsledná časová řada (KT) zobrazuje celkový podíl koronavirových zpráv v médiích. Jednotlivé body (28 dle počtu analyzovaných dnů) znázorňují relativní četnosti koronavirově zaměřených zpráv (přičemž byla vypočítána aritmetickým průměrem z podílu celkových koronavirových zpráv na ČT1 a celkových koronavirových zpráv na webu seznamzpravy.cz). Pro lepší viditelnost této tendence jsem do grafu přidala vývoj vyjádřený klouzavým průměrem s periodou 5 (viz Graf 2.5).

2.5 Souvislost podílu celkových koronavirových zpráv v médiích a obav



(viz také Příloha 1, Příloha 2)

Aby byla viditelná vzájemná korespondence, vypočítala jsem průměrné týdenní vlivy (efekty) médií, a vztáhla jsem je k bodům vyjadřující obavy. Tyto efekty jsem vypočítala ze sedmi, osmi či pěti čísel (rozdílnost je daná opožděným sběrem dat ve třetí vlně a neanalyzováním dne 20. 4. 2020). Konkrétní bod vyjadřuje aritmetický průměr podílů koronavirových zpráv mediálního obrazu, které byly zveřejněné v médiích předešlém „týdnu“ (ne vždy 7 dní). Kvůli neanalyzování mediálního obsahu 20.4 2020 jsem také korespondenci mediálního efektu a obav nemohla zobrazit ve stejném dni ale na sousedních dnech – 20. 4 2020 (obavy) a 19. 4 2020 (týdenní vliv médií) (viz Graf 2.5).

Témata související s koronavirem zahrnovala dvě skupiny zpráv. První se týkala koronaviru ve smyslu **nákazy** (KORONA). Byly to především články a reportáže týkající se ukazatelů závažnosti situace (počty nakažených, vyléčených, zemřelých – viz indikátor skutečnosti), koronaviru jako nemoci (průběh nákazy, „boj s koronavirem“), dále zdravotnických prostředků v boji s nákazou (roušky, dezinfekce, respirátory, testy, vakcíny), první vlny (zdravotníci, nemocnice), karantény a izolace. Dalšími tématy, která jsem zařadila mezi koronavirové (KORONA) se týkala **opatření** proti šíření nákazy ze strany vlády (ne ve smyslu důsledků, ale opatření jako taková, která se dotýkají všech obyvatel ČR – např. Zavírání obchodů ANO, otevírání vysokých škol NE) a apelace na dodržování opatření (např. projev premiéra). Zároveň jsem mezi tyto zprávy zařadila i poděkování zdravotníkům a lidem v první linii, jelikož je tento typ zprávy úzce spojen se situací na „bojišti pandemie“.

Druhá skupina zpráv, kterou jsem nazvala tematicky související s koronavirem (TEMA), zahrnovala zprávy, které se týkaly především **důsledků** nákazy a opatření. Důsledky se dotýkaly oblasti kultury (olympiáda, digitalizace kultury, sport), ekonomiky (škody restaurací, podpůrné programy pro obyvatele, makroekonomické dopady), oblasti každodennosti a trávení volného času (zásoby, psychické problémy, změny v chodu rodiny) a oblasti školství (otevírání škol, UčíTelka, prohloubení slabin mezi žáky). Dále jsem mezi tyto zprávy zařadila témata, která se netýkají nákazy, ale s koronavirovou situací také souvisí (například průzkumy ohledně důvěry ve vládní opatření), která se týkají jen části populace (například pendleři, na které se vztahují vládní opatření), nebo nám téma koronaviru nějakým způsobem připomínají (například hádanky do karantény).

Konkrétní seznam kódovaných proměnných včetně příkladů zpráv viz Příloha 4, Příloha 5, Příloha 7, Příloha 8.

4.1.2 Výsledky analýzy dle nastolování agendy II. stupně (H2)

Dle metodologie nastolování agendy II. stupně jsem zároveň analyzovala i počet pozitivních zpráv. Pro každý den jsem spočítala zastoupení pozitivních zpráv na ČT1 (poz_zpravy_CT1) a na webu seznamzpravy.cz (poz_zprav_seznam). Následně jsem z těchto dvou čísel vytvořila pro každý den průměr a jednotlivé průměry jsem zobrazila na řadě 28 dní, která ukazuje vývoj pozitivních koronavirových zpráv v médiích (POZITIVNI_ZPRAVY).

Z výsledků analýzy je zřejmé, že zastoupení pozitivních zpráv mírně stoupalo. Absolutní četnosti se však pohybovaly v řádech jednotek, proto je toto zastoupení pro naši práci nevýznamné (viz Graf 2.6).

Mezi zprávy s atributem „pozitivní“ jsem zařazovala například pozitivní ukazatele závažnosti situace (nízké počty nakažených, pozitivní vývoj vyléčených), zprávy o rozvolňování (otevření restaurací), zotavování jednotlivců (Boris Johnson se zotavuje z koronaviru), pozitivní makroekonomické zprávy (firmy nepropouštějí) a například důsledky rozvolňování (fronty v hobbymarketech). Konkrétní seznam zpráv kódovaných proměnných je uveden v kapitole Seznam proměnných.

Graf 2.6: Podíl pozitivních koronavirových zpráv v médiích



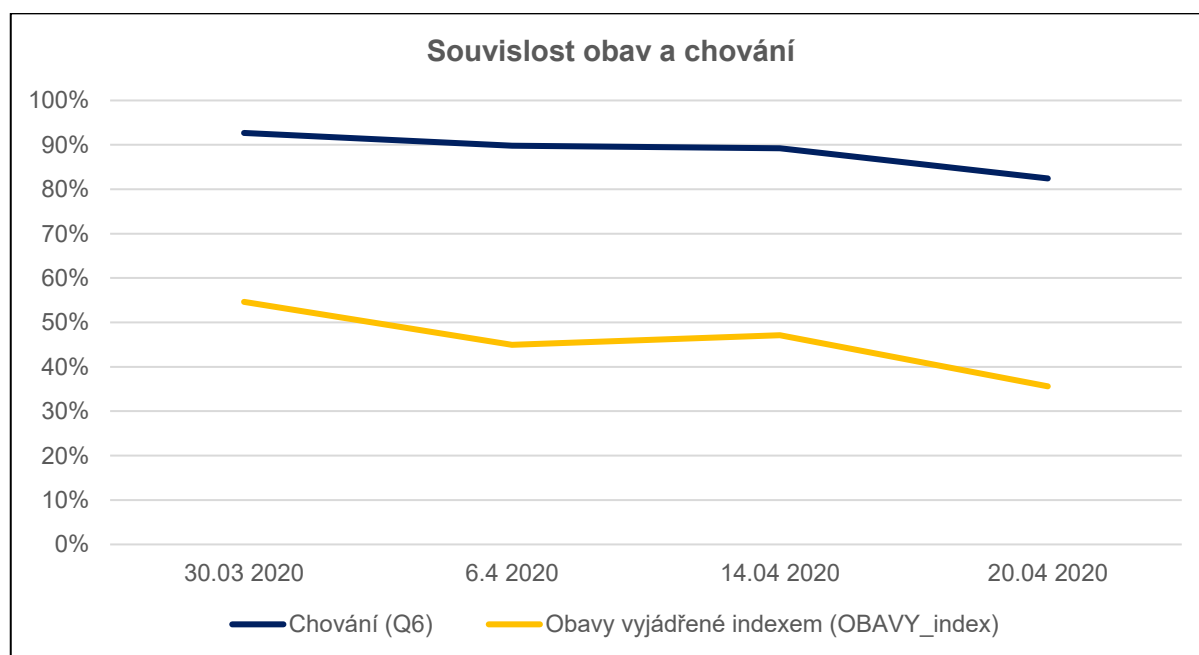
(viz také Příloha 9)

4.1.3 Souvislost obav a chování (H3)

Pro zjištění souvislosti obav a chování jsem porovnávala celkové obavy vyjádřené indexem obav (OBAVY_index) a položku měřící snahu vyhýbat se kontaktu (Q6). Výsledky jsou zřetelné na Grafu 2.7. V našem období klesaly obavy a současně s tím i mírně klesala tendence vyhýbat se kontaktu s jinými lidmi. Pokles snahy vyhýbat se kontaktu s ostatními lidmi se ale projevil jen přibližně u každého desátého člověka, což je přibližně o polovinu menší pokles než v situaci poklesu obav.

Na tomto grafu je možné si všimnout, že obavy (OBAVY_index) neklesají plynule. Mezi 2. a 3. vlnou sběru (6.4. a 14.4. 2020) obavy dokonce mírně narostly (viz Graf 2.7). Tento výkyv naše analýza nedokáže vysvětlit, ale jedním z důvodů mohl být například vysoký počet denních přírůstků počtu nakažených v ČR v období 6. 4. – 9. 4. 2020, přičemž mezi dny 7. 4. – 8. 4. 2020 narostl počet nakažených o téměř 100 případů (viz Příloha 11). Dalším důvodem mohlo být například zveřejnění určité informace, která byla pro příjemce natolik „děsivá“, že u velké části respondentů způsobila nárůst obav. Pro vysvětlení bychom se proto mohli zaměřit na mediální obraz v období 6. 4. – 14. 4. 2020 a zkoumat, zda se v médiích vyskytla významná informace, například prognóza o nebezpečnosti, selhávání politického systému či jiná silně negativní zpráva, která mohla tento výkyv způsobit.

Graf 2.7 Souvislost obav a chování



4.2 TENDENCE PŘI ZOBRAZOVÁNÍ KORONAVIROVÝCH ZPRÁV (V2):

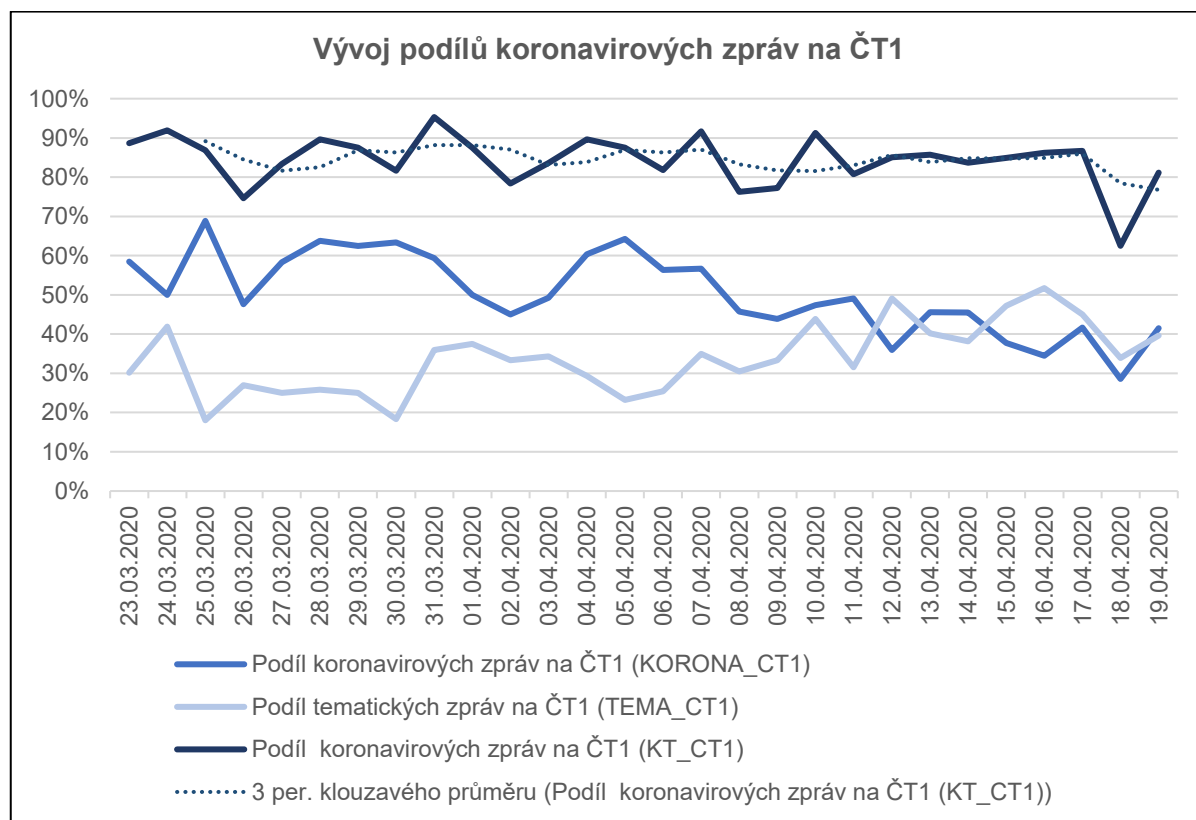
V této analýze jsem se zabývala mediálním obrazem koronaviru na zpravodajství ČT1 a na webu seznamzpravy.cz. Vývoj podílu koronavirových (KORONA) a tematicky zaměřených (TEMA) zpráv na ČT1 (viz Graf 2.8) a na seznamzpravy.cz (viz Graf 2.9), který je vyjádřený časovými řadami nemůžeme porovnávat s obavami, jelikož nedemonstrují celkový mediální obraz. Můžeme je ale použít k zobrazení rozdílů v prezentaci těchto konkrétních médií.

4.2.1 Změna povahy zpráv (H4)

ČT1 (H4a)

Když se zaměříme na mediální agendu na ČT1, můžeme si všimnout, že podíl koronavirových zpráv (KORONA) mírně klesal, a naopak podíl tematických zpráv (TEMA) mírně stoupal (viz Graf 2.8). To znamená, že se v pořadu Události měnila povaha zpráv. Podíl koronavirových zpráv, týkajících se především nákazy (KORONA) klesal, ale přibývalo zpráv, které se týkaly především ekonomických, kulturních a sociálních důsledků koronaviru.

Graf 2.8 Vývoj podílů koronavirových zpráv na ČT1



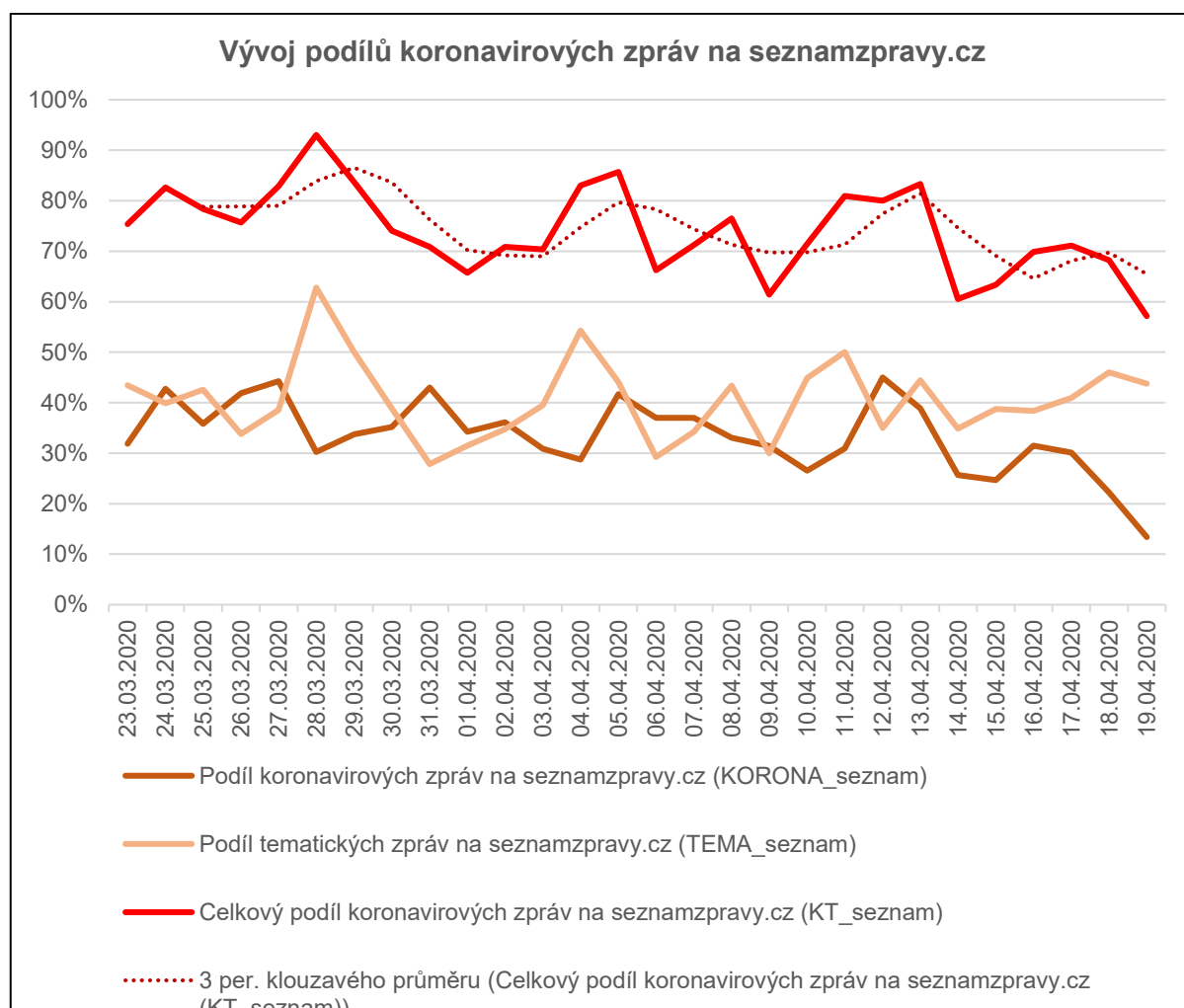
(viz také Příloha 3)

Médium ČT1 tvořilo poloviční segment celkové mediální agendy využití v této analýze. Přestože tendence klesání celkových koronavirových obav na ČT1 (KT_CT1) není tolik jednoznačná (viz Graf 2.8), v kombinaci s celkovým podílem koronavirových zpráv na seznamzpravy.cz (KT_seznam) je klesající tendence již zřejmá.

Seznamzpravy.cz (H4b):

Po analýze webu seznamzpravy.cz jsem zjistila, že tendence zobrazovat více tematických zpráv (týkajících se důsledků) a méně koronavirových (týkajících se nákazy) se výrazně projevovала pouze v obrazu ČT1. Vývoj podílu koronavirových zpráv (KORONA_seznam) během zvoleného období na webu seznamzpravy.cz mírně klesal, vývoj tematických zpráv (TEMA_seznam) zůstal v zásadě stabilní (kolísal okolo zastoupení 40% zastoupení) (viz Graf 2.9).

Graf 2.9 Vývoj podílů koronavirových zpráv na seznamzpravy.cz



(viz také Příloha 6)

4.2.2 Intermediální nastolování agendy (H5)

K tématu tendencí zobrazování koronavirových zpráv se váže téma intermediální nastolování agendy. Mimo to, že nám tento koncept ukazuje, že média, „zobrazují podobné zprávy“, může být také argumentem pro použití seznamzpravy.cz jakožto reprezentace zpravodajských webů.

Pro potvrzení intermediální agendy, jsem analyzovala dva dny z novinky.cz a dva dny z aktualne.cz. Tyto weby jsem zvolila z toho důvodu, že novinky.cz byly v našem období první nejčtenější zpravodajský server a aktualne.cz třetí. Jeden den spadl do počátku období a jeden den do konce zkoumaného období. Zajímalo mě, zda se mezi těmito dny objevují obdobné rozdíly v prezentaci koronavirových (KORONA), tematických (TEMA), a především celkových koronavirových zpráv (KT), jako na ČT1 a seznamzpravy.cz.

Tabulka 1.6 Výsledky testování intermediální agendy

Novinky.cz	n	Podíl koronavirových zpráv	Podíl tematických zpráv	Celkový podíl koronavirových zpráv
24.03.2020	153	41%	37%	77%
18.04.2020	64	30%	34%	64%
Aktualne.cz				
24.03.2020	77	38%	40%	78%
18.04.2020	36	13%	24%	36%
Seznamzpravy.cz				
24.03.2020	69	43%	40%	83%
18.04.2020	63	22%	46%	68%
ČT1				
24.03.2020	38	50%	42%	92%
18.04.2020	36	29%	34%	63%

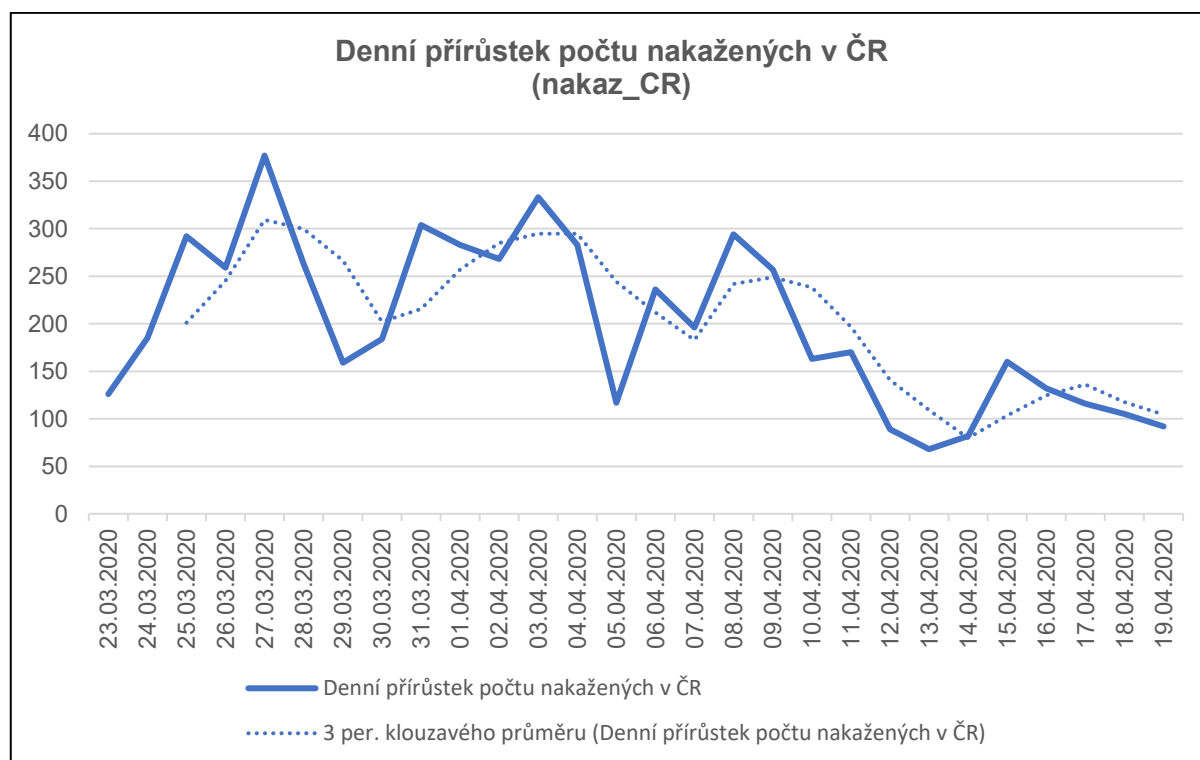
Vzhledem k časové náročnosti kódování mediálních sdělení jsem nebyla schopna zanalyzovat celý mediální obsah. Pro účely mé analýzy jsem ale ověřila, že měřené tendence, na které se v této práci zaměřuji, je možné pozorovat u dalších dvou významných médií, které v období poklesu obav na příjemce působili svou mediální agendou koronavirové situace.

Závěry mini analýzy webu novinky.cz a seznamzpravy.cz ukazují podobné tendence při zobrazování koronavirových zpráv. Jak na vzorku aktualne.cz tak i vzorku novinky.cz je zřejmé snížení podílu celkových koronavirových zpráv, koronavirových zpráv i tematických zpráv (viz Tabulka 1.6). Z toho důvodu můžeme závěry o seznamzpravy.cz považovat za dobře vypovídající obraz webového zpravodajství, i když nemůžeme přímo tvrdit, že se jedná o reprezentativní vzorek (což je v otázce celkového mediálního obrazu nemožné (Kalvas & Kreidl, 2007)).

4.3 REÁLNÁ SITUACE (V3)

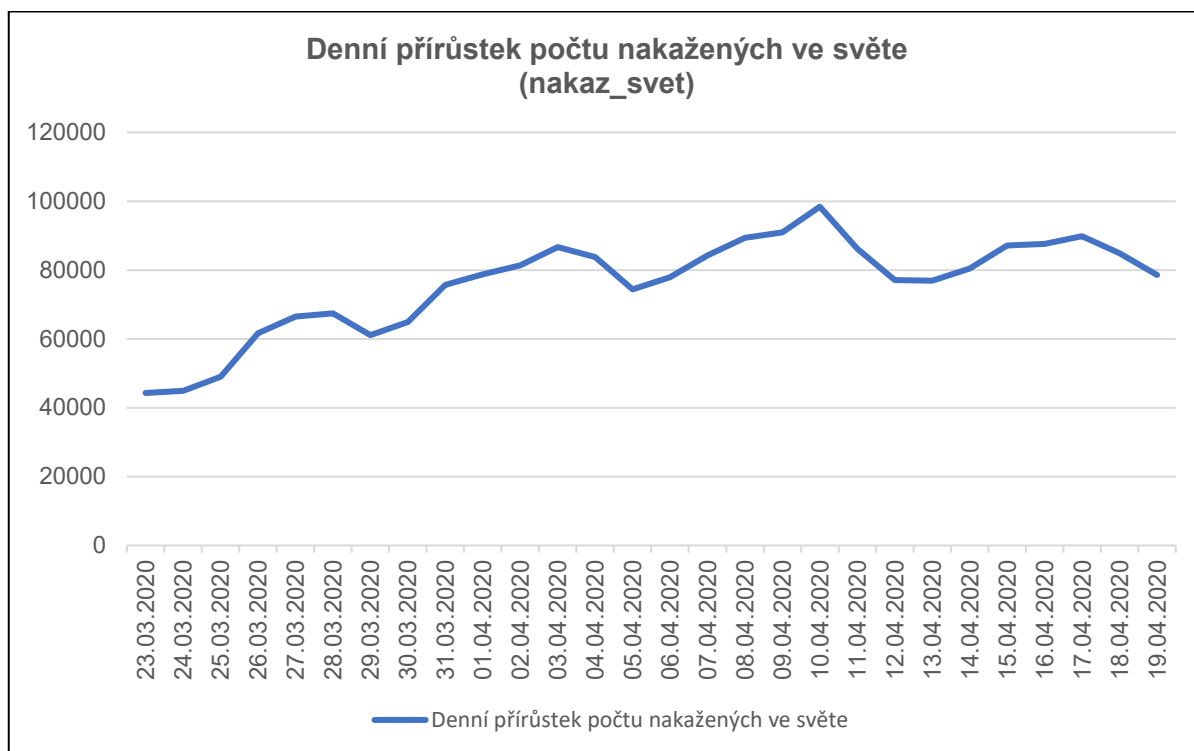
Jak jsem již dříve zmínila, operacionalizace reálné situace může být často obtížná. Já jsem vycházela z denního přírůstku počtu nakažených v ČR (MZČR, 2021) (viz Graf 2.3) a denního přírůstku počtu nakažených ve světě (Worldmeter, 2021) (viz Graf 2.4), protože denní přírůstek počtu nakažených v České republice považuji za nejčastěji zmiňovaný a nejvíce orientační ve vztahu k vývoji pandemie koronaviru ČR vývoj ve světě by neměl být opomenut, jelikož žijeme v globalizovaném světě.

Graf 2.3 Denní přírůstek počtu nakažených v ČR



ZDROJ: Ministerstvo zdravotnictví české republiky (2021) (viz také Příloha 11)

Graf 2.4 Denní přírůstek počtu nakažených ve světě



ZDROJ: Worldmeter (2021) (viz také příloha 11)

Jak je zřejmé z grafů, situace v ČR byla v našem období jiná než ve světě. Můžeme říct, že ve světě se situace zhoršovala a v České republice se zlepšovala. McCombs (2004, s. 51) odkazuje na novináře, kteří se hájí slovy „*Jen podáváme zprávy o dění ve světě*“. Jelikož jsem měla k dispozici ke každému z 18 dní data mediální agendy koronavirových zpráv i data denních přírůstků nakažených, mohla jsem pro ověření této teze využít korelační analýzu.

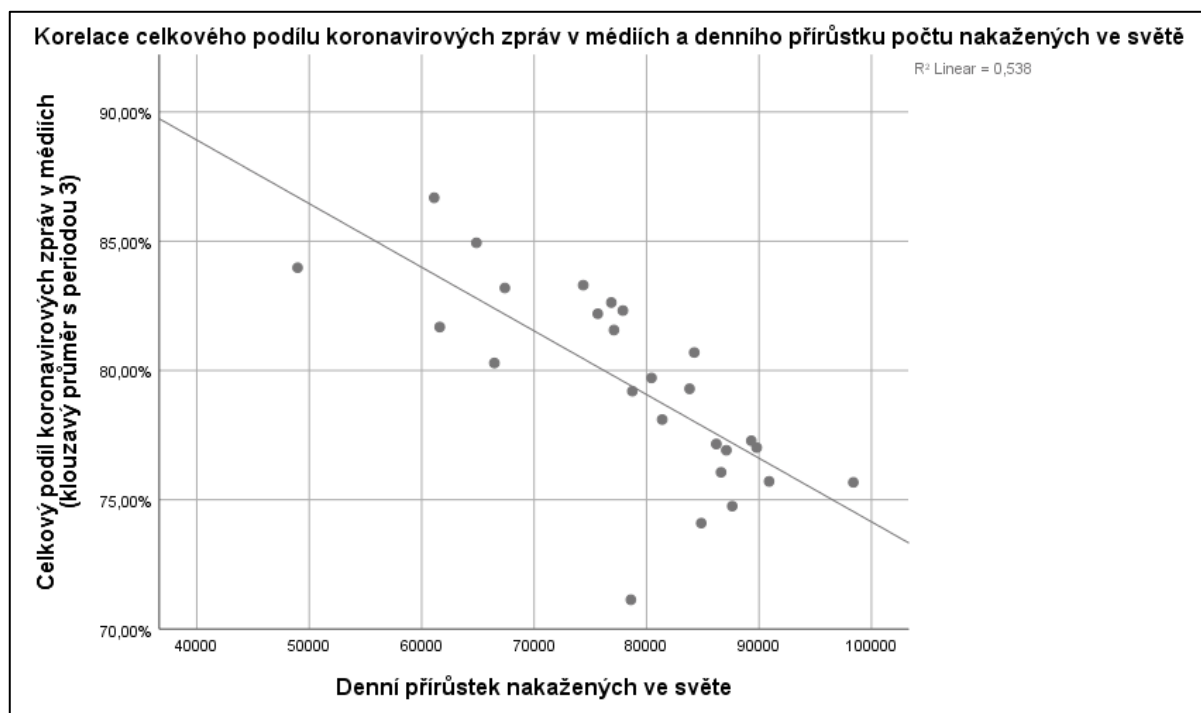
4.3.1 Korelace mediálního obrazu a vývoje denního přírůstku počtu nakažených (H6)

Výsledky analýzy ukázaly, že celkový podíl koronavirových zpráv v médiích (KT) a denního přírůstku počtu nakažených v ČR (nakaz_CR) statisticky nekoreluje (viz Tabulka 1.7). Naopak korelační analýza podílu celkových koronavirových zpráv v médiích (KT) vzhledem k dennímu přírůstku počtu nakažených ve světě (nakaz_svet) ukázala silnou statisticky významnou negativní korelaci (viz Tabulka 1.8, Graf 2.10). Z toho můžeme usoudit, že podíl celkových koronavirových zpráv v médiích (KT) statisticky nesouvisí s vývojem v České republice, ale statisticky významně souvisí s denními přírůstky počtu nakažených ve světě (nakaz_svet).

Tabulka 1.7 Korelace denního přírůstku počtu nakažených a podílu celkových koronavirových zpráv v médiích

KORELACE	n	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
Korelace celkového podílu koronavirových zpráv v médiích (klouzávy průměr s periodou 3) a vývoje přírůstku nakažených v ČR (klouzávy průměr s periodou 3)	26	0,294	0,145
Korelace celkového podílu koronavirových zpráv v médiích (klouzávy průměr s periodou 3) a vývoje přírůstku nakažených ve světě	26	-,733**	0,000

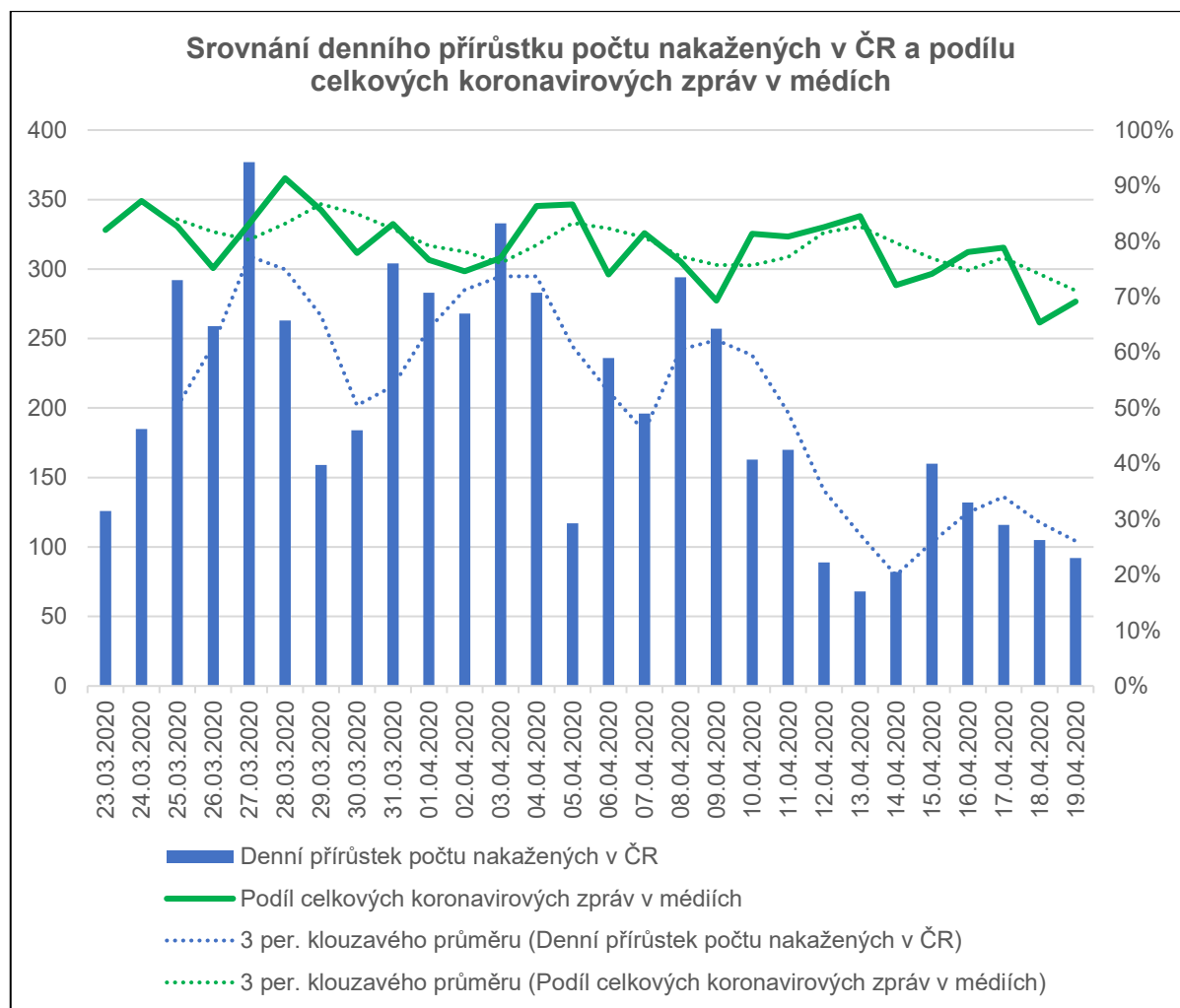
Graf 2.10 Korelace celkového podílu koronavirových zpráv v médiích a denního přírůstku počtu nakažených ve světě



4.3.2 Souvislost mediálního obrazu koronaviru a vývoje denního přírůstku počtu nakažených (H7)

Statistické zobrazení této situace korelační analýzou ale nemusí být v tomto případě vhodné. Přestože jsem hodnoty přepočítala na klouzávy průměr s periodou 3, korelační analýza neprokazuje statisticky významnou korelaci mezi denním přírůstkem počtu nakažených v České republice a podílu celkových koronavirových zpráv v médiích. Na Grafu 2.11 si můžeme všimnout, že mediální zobrazování mírně klesalo, ale na časové řadě vývoje počtu nakažených jsou zřetelné „skoky“, způsobené „víkendovými úbytky nakažených“. Protože se o víkendu testuje méně (např. v neděli 29. 3. a 5. 4. je zaznamenán výrazný pokles počtu nakažených), je tudíž i méně nakažených. To ale neplatilo vždy. Zmíněné nepřesnosti v měření jsou jednou z nevýhod volby tohoto indikátoru.

Graf 2.11: Srovnání denního přírůstku počtu nakažených v ČR a podílu celkových koronavirových zpráv v médiích



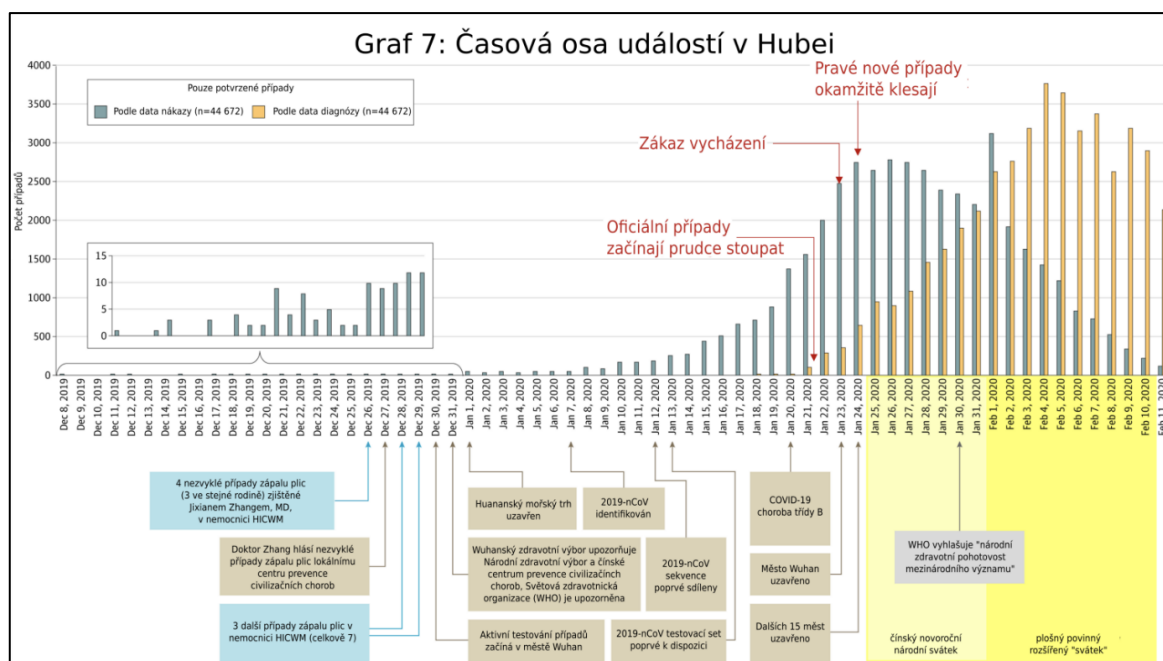
(viz také Příloha 11, Příloha 1)

Je ale důležité si uvědomit pozitivní vývoj, který v této situaci nastával. Vzhledem k tomu, že k prvnímu dni analýzy (23. 3. 2020), byl přírůstek počtu nakažených 126 a k poslednímu (19. 4. 2020) 96, je to z hlediska vývoje epidemiologické situace zlepšení. Když k tomu přidáme srovnání se světem, kde se tato situace zhoršovala, mohla být tato čísla dalším faktorem ovlivňující obavy a chování lidí.

4.3.3 Je vhodné operacionalizovat vývoj reálné situace denním přírůstkem počtu nakažených?

Operacionalizace reálné situace vývoje koronavirové situace je sporná. V této souvislosti musím zmínit jméno Thomase Pueyo (2020), který při své syntéze výsledků studií zveřejnil graf, který ukazuje, jak nepřesná tato data veřejných institucí můžou být (viz Graf 2.13). Oficiální čísla ohledně konkrétního dne totiž mohou ukazovat nižší čísla, než jaká ve skutečnosti jsou a která se projeví až po relativně dlouhé době (vzhledem k našemu období). V době, kdy bylo v Číně v okolí epicentra pandemie koronaviru (Hubei) úřady zaznamenáno propuknutí nákazy v řádech stovek nakažených za den, docházelo k příbytku nakažených v řádech tisíců. Zda mohlo k této situaci dojít i v České republice nevím, Pueyova analýza každopádně přispěla této práci tím, že vyzdvihla důležitost mediálních sdělení jakožto prezentací obsahů institucí, které se „mohou mýlit“ (k tomuto tématu se váže problém mediální prezentace dat, kdy se nevěnuje dostatečná pozornost metodologii a správné prezentaci dat). V tom případě by tato čísla mohla být další mediální agendou, pro zdůvodnění však nemáme empirický důkaz.

Graf 2.13 Časová osa událostí v Hubei



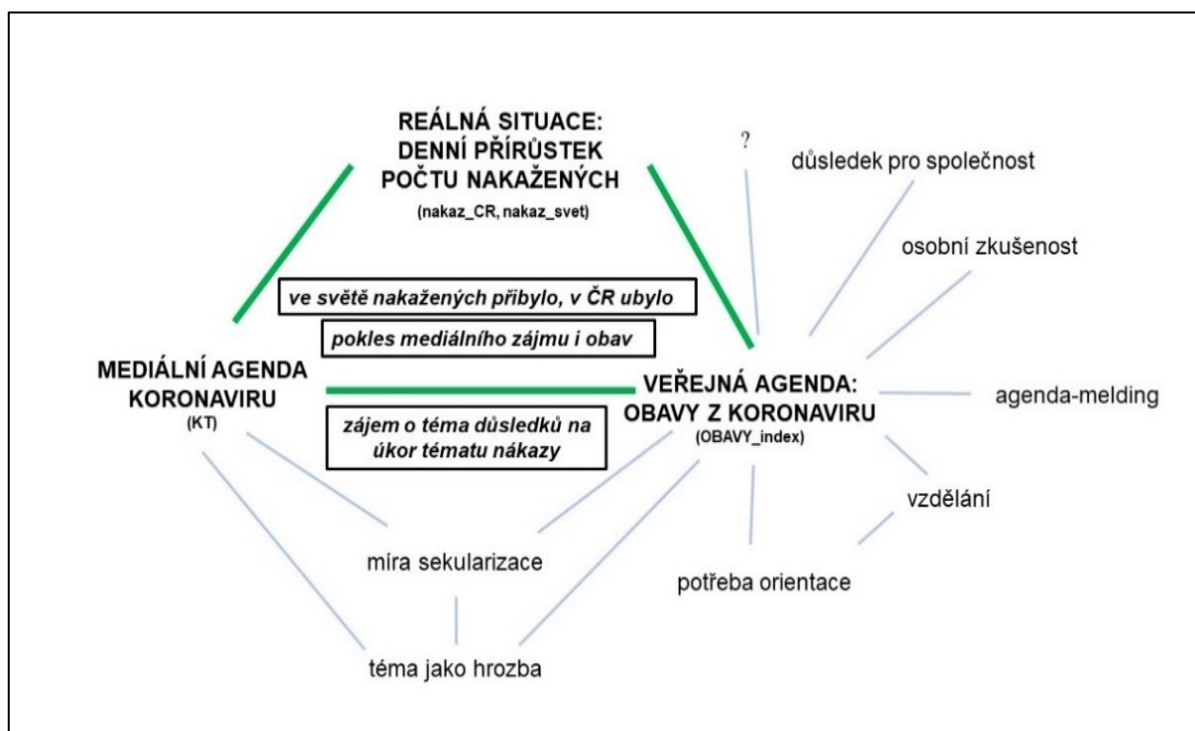
ZDROJ: Pueyo (2020)

5 Diskuse

V této práci jsme odpovídali na otázku, jak spolu souvisí mediální agenda, veřejná agenda a reálná situace. Téma jsme uchopili metodami obsahové analýzy, počítáním korelací a zobrazováním souvislostí. Již v úvodu bylo zdůrazněno, že prokázání kauzálních účinků je v této oblasti obtížné, protože zde existuje několik faktorů, které do celého schématu vztahů zasahují, tedy kontingentní podmínky. Nyní si položím otázku, jak konkrétně bychom analýzou kontingentních podmínek mohli tuto práci empiricky obohatit.

První jsme zmínili potřebu orientace, která je společnou vysvětlující proměnnou mezi vzděláním a nasloucháním mediální agendě. Pomocí analýzy proměnné vzdělání bychom pak mohli ověřovat, zda obavy vysokoškolsky vzdělaných nejvíce „kopírují“ linku vývoje agendy médií. Stejně tak bychom podle teorie agenda-melding mohli zkoumat podobnost obav v rámci skupiny jedinců se stejným socioekonomickým statutem či obav konkrétních sociálních skupin. Osobní zkušeností s tématem koronaviru, která je další kontingentní podmínkou, nemůžeme myslet jen samotný počet nakažených, protože zprávy týkající se koronaviru zahrnují například i témata důsledků. Jako nejvhodnější indikátor k zodpovězení této otázky shledávám například zaplnění nemocnic nebo počty úmrtí. Pro zodpovězení otázky, zda je téma vnímáno jako hrozba, bychom museli mít k dispozici položku měřící vnímání koronaviru jakožto hrozbu, která by musela být součástí výzkumu obav. Čím více dat bychom pro jednotlivé dny analýzy získali, tím přesnější by analýza mohla být. Celé schéma vztahů ukazují na Grafu 2.12.

Graf 2.12 Schéma vzájemných vztahů, kterými se zabývala tato práce



Vysvětlení: zeleně jsou zvýrazněné vztahy, které jsem empiricky testovala, modře vztahy, které jsem zmínila pouze teoreticky. Ve obdélnících jsou závěry analýzy vztahující se k třem empiricky uchopeným dimenzím.

Kontingentní podmínkou, kterou jsem v této práci nezmiňovala je téma důvěry v instituce a média. „*Tisk může za normálních okolností informovat jen o tom, co již ve své činnosti zdokumentovaly veřejné instituce*“ (Lippman, 1922, s. 287). Nevíme, jaký je reálný obraz situace, ale pokud máme **důvěru** v instituce a média, věříme i číslům, která prezentují. To, jakou mírou jim věříme, ovlivňuje význam, jaký jim přikládáme, a tudíž i přenos agendy. Pro zodpovězení této otázky bychom opět museli mít k dispozici položky týkající se důvěry v rámci výzkumu obav (v našem případě zejména důvěry Ministerstvu zdravotnictví ČR, České televizi a webu seznamzpravy.cz).

6 Závěr

Tato práce si kladla za cíl odpovědět na otázku, jakou souvislost mají způsob zobrazování koronavirových zpráv (mediální agenda) během první vlny pandemie a obavy (emoce související s veřejnou agendou) ohledně pandemie a jakou úlohu v tomto procesu hraje reálná situace.

Teoreticky jsem určila šest kontingentních podmínek, které do tohoto vícedimenzionálního působení mohou zasahovat a účinky vlivu mediální a veřejné agendy posílit či oslabit – potřeba orientace, vzdělání, osobní zkušenost, téma jako hrozba a proces sekularizace, důsledek pro společnost a agenda-melding. Ve skutečnosti těchto podmínek může být mnohem více. Přesný kauzální vztah mediálního obrazu koronaviru, obav a reálné situace tedy nebylo kvůli složité síti vztahů možné určit, empiricky jsem ale prokázala tendence a souvislosti mezi třemi hlavními dimenzemi.

S metodologickou inspirací v teorii agenda setting jsem pomocí obsahové analýzy kvantitativně i kvalitativně změřila účinky médií jako vývoj podílu celkových koronavirových zpráv během 28 dní. K tomuto měření jsem vztáhla vývoj obav zřetelný na spojnici čtyř bodů, které přibližně s týdenními prodlevami zobrazují vývoj obav. Reálnou situaci jsem operacionalizovala vývojem počtu nakažených v ČR a ve světě a k zjištění souvislostí jsem vztah reálné situace a mediálního zobrazování zkoumala korelační analýzou. Díky představě z teoretické části pro mě výsledky nebyly překvapivé.

Výsledky analýzy ukázaly přibližné tendence vývoje zkoumaných tří dimenzí. Celkový podíl koronavirových zpráv v čase klesal a současně s ním klesaly i obavy (V1). Média, zejména pak ČT1, měnila v průběhu období povahu zpráv tím, že se více zaměřovala na důsledky koronavirové situace, na úkor zpráv ohledně šíření nákazy (V2). Reálná situace, která byla vyjádřena denním přírůstkem počtu nakažených ve světě, měla tendenci se zhoršovat, naopak vývoj denního přírůstku počtu nakažených ve ČR vykazoval klesající tendenci (V3).

Obrazně řečeno, k poklesu obav docházelo v kontextu nižšího mediálního zájmu o téma vzhledem k vývoji podílu celkových koronavirových zpráv a současně v kontextu vyššího zájmu o téma důsledků na úkor témat týkajících se nákazy. Ve stejném kontextu zároveň docházelo ke zlepšování situace v České republice a zároveň zhoršování situace ve světě. Celé schéma vztahů mohly ovlivnit kontingentní podmínky, kterými jsem se v mé práci zabývala pouze teoreticky.

7 Zdroje

Přehled použité literatury:

Atwater, T., Salwen, M. B., & Anderson, R. B. (1985). Interpersonal Discussion as a Potential Barrier to Agenda-Setting. *Newspaper Research Journal*, 6(4), 37–43. Dostupné online na <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/073953298500600405>

Breed, W. (1955). Newspaper 'Opinion Leaders' and Processes of Standardization. *Journalism Quarterly*, 32(3), 277–328. Dostupné online na <http://www.aejmc.org/home/wp-content/uploads/2012/09/Journalism-Quarterly-1955-Breed-277-328.pdf>

Carter, R. F., Stamm, K. R., & Heintz-Knowles, K. (1992). *Agenda-Setting and Consequentiality*. *Journalism Quarterly*, 69(4), 868-877. doi:10.1177/107769909206900407

Comstock, G & Scharrer, E. (1999). *Television: What's On, Who's watching and What it Means*. San Diego, CA: Academic Press: 204-205. Dostupné online na <https://www.scribd.com/book/282469643/Television-What-s-on-Who-s-Watching-and-What-it-Means>.

FUNKHOUSER, G. R. (1973). *THE ISSUES OF THE SIXTIES: AN EXPLORATORY STUDY IN THE DYNAMICS OF PUBLIC OPINION*. *Public Opinion Quarterly*, 37(1), 62–75. Dostupné online na <https://doi.org/10.1086/268060>

Holbach, T., & Maurer, M. (2014). Wissenswerte Nachrichten. Agenda-Setting-Effekte zwischen Medienberichterstattung und Online-Informationsverhalten am Beispiel der EHEC-Epidemie. *Publizistik*, 59(1), 65-81. Dostupné online na <https://link.springer.com/article/10.1007/s11616-013-0191-z>

Kalvas, F. & Kreidl, M. (2007). Jaký je vliv obsahu a struktury televizního zpravodajství na vnímání důležitosti vybraného tématu českou veřejností? *Sociologický časopis* 43 (2) 333-360. Dostupné online na https://sreview.soc.cas.cz/artkey/csr-200702-0004_how-does-the-content-and-structure-of-television-news-affect-the-perceived-importance-of-issues-among-the-czech.php

Lévy, B.-H. (2020). Virus, ze kterého šlíme. Kalich.

Lippmann, W. (2015). Veřejné mínění. Portál.

McCombs, M. E. (2009). Agenda setting: Nastolování agendy – masová média a veřejné mínění. Portál.

Řehák, J. (1998). Kvalita dat I. Klasický model měření reliability a jeho praktický aplikační význam. Sociologický časopis. 34(1), 51–60. Dostupné online na <https://sreview.soc.cas.cz/pdfs/csr/1998/01/07.pdf>.

Shaw, D. L., McCombs, M., Weaver, D. H., & Hamm, B. J. (1999). INDIVIDUALS, GROUPS, AND AGENDA MELDING: A THEORY OF SOCIAL DISSONANCE. International Journal of Public Opinion Research, 11(1), 2–24. Dostupné online na <https://academic.oup.com/ijpor/article-abstract/11/1/2/834480?redirectedFrom=fulltext>.

Škodová, M. (Ed.), Červenka, J., Nečas, V., Kalvas, F., Tabery, P., & Trampota, T. (2008). Agenda-setting: Teoretické přístupy. Sociologický ústav Akademie věd ČR.

Trampota, T., & Nečas, V. (2007). *Intermediální agenda českých médií*. Naše společnost 5 (2) 12-19. Dostupné online na <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/cvvm/casopis-nase-spolecnost/prehled-clanku/58-2007-2/1187-intermedialni-agenda-eskych-medii>

Trampota, T., & Vojtěchovská, M. (2010). Metody výzkumu médií. Portál.

Urban, L., Dubský, J., & Murdza, K. (2011). Masová komunikace a veřejné mínění. Grada.

Waisová, Š. (2005). Bezpečnost: vývoj a proměny konceptu. Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk.

Online zdroje:

Kantar CZ pro ČT (2020). Hlavní zdroj informací. Dostupné online na

<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3072272-pruzkum-pro-ct-ztraty-prace-se-obava-vice-nez-tretina-lidi>

Mediaguru (2020a). Klíčová slova: Stav českého vyhledávání v číslech. Dostupné online na

<https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/03/klicova-slova-stav-ceskeho-vyhledavani-v-cislech/>

Mediaguru (2020b). Čas na zpravodajských webech se v březnu téměř ztrojnásobil. Dostupné

online na <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/04/cas-na-zpravodajskych-webech-se-v-breznu-temer-ztrojnasil/>

Ministerstvo zdravotnictví České republiky (2021). *Aktuálně o koronaviru*. [graf]. Získáno 3.4

2021 z <https://koronavirus.mzcr.cz/>

Obsahová analýza. In *Wikiknihovna*. Získáno 4.4 2021 z

https://wiki.knihovna.cz/index.php?title=Obsahov%C3%A1_anal%C3%BDza#Subjektivn.C3.AD_v.C3.BDhody_a_nev.C3.BDhody

Pueyo, T. (2020, 19.3. 2020). Coronavirus: Why You Must Act Now. Medium. Dostupné

online na <https://tomaspueyo.medium.com/coronavirus-act-today-or-people-will-die-f4d3d9cd99ca>

Worldmeter (2021). *Coronavirus Worldwide Graphs*. *Worldmeters.info*. [graf]. Získáno 1.4

2021 z <https://www.worldometers.info/coronavirus/worldwide-graphs/#daily-cases>

Datová soubory

STEM/MARK (2020). Výzkumné materiály individuálně poskytnuté za účelem bakalářské práce. [14.10 2020]

8 Zdroje dat analýzy

Výzkum STEM/MARKU

Požádala jsem agenturu STEM/MARK o poskytnutí primárních dat výzkumu „Chování v době pandemie“. Byly mi poskytnuty agregované tabulky výsledků výzkumu obsahující čtyři položky, se kterými jsem v analýze pracovala (viz Tabulka 1.4).

Reálná situace

Pro získání dat k vývoji reálné situace jsem využila web worldmeters.info a oficiální web Ministerstva zdravotnictví ČR.

Obsahová analýza

a) Archiv Newton Media

Pomocí přístupu k newtonmedia.cz jsem vygenerovala 2762 článků publikovaných na webu seznamzpravy.cz z období 23. 3. - 19. 4. 2020.

Dále jsem si stejným způsobem vygenerovala 153 článků z 24. 3. 2020 a 64 článků z 18. 4. 2020, publikovaných na webu novinky.cz a 77 článků z 24. 3. 2020 a 36 článků z 18. 4. 2020 na webu aktualne.cz.

Seznam reportáží nebudu kvůli rozsahu uvádět, ale s přístupem do databáze Newton Media je možné ho uvedeným způsobem vygenerovat.

b) Přehled dílů pořadu ČT1 Události

Česká televize zveřejňuje na svém webu volně dostupný přehled dílů pořadu Události. Vyhledala jsem 28 dílů pořadu Události.cz ve kterém jsem analyzovala 976 reportáží.

Seznam reportáží nebudu kvůli rozsahu uvádět, konkrétní reportáže je možné dohledat pomocí odkazů uvedených níže.

Přehled analyzovaných dílů pořadu Události

Události 23.03.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100323/
Události 24.03.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100324/
Události 25.03.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100325/
Události 26.03.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100326/
Události 27.03.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100327/
Události 28.03.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100328/
Události 29.03.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100329/
Události 30.03.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100330/
Události 31.03.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100331/
Události 01.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100401/
Události 02.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100402/
Události 03.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100403/
Události 04.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100404/
Události 05.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100405/
Události 06.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100406/
Události 07.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100407/
Události 08.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100408/
Události 09.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100409/
Události 10.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100410/
Události 11.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100411/
Události 12.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100412/
Události 13.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100413/
Události 14.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100414/
Události 15.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100415/
Události 16.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100416/
Události 17.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100417/
Události 18.04.2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100418/
Události 19.04. 2020	https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/220411000100419/

9 Seznam, tabulek, grafů a obrázků

1. Tabulky

Tabulka 1.1: Vývoj návštěvnosti top zpravodajských webů v březnu 2020

Tabulka 1.2: Časové rozložení analýzy

Tabulka 1.3: Vážení délky reportáží

Tabulka 1.4: Výzkum měřící obavy ohledně pandemie koronaviru (agregované tabulky)

Tabulka 1.5: Upravené agregované tabulky STEM/MARK

Tabulka 1.6: Výsledky testování intermediální agendy

Tabulka 1.7: Korelace denního přírůstku počtu nakažených a podílu celkových koronavirových zpráv v médiích

2. Grafy

Graf 2.1: Fungování procesu nastolování agendy

Graf 2.2: Hlavní zdroj informací o vývoji situace koronaviru

Graf 2.3: Denní přírůstek počtu nakažených v ČR

Graf 2.4: Denní přírůstek počtu nakažených ve světě

Graf 2.5: Souvislost podílu celkových koronavirových zpráv v médiích a obav

Graf 2.6: Podíl pozitivních zpráv v médiích

Graf 2.7: Souvislost obav a chování

Graf 2.8: Podíly koronavirových zpráv na ČT1

Graf 2.9: Podíly koronavirových zpráv na seznamzpravy.cz

Graf 2.10: Korelace denního přírůstku počtu nakažených a podílu celkových koronavirových zpráv v médiích

Graf 2.11: Srovnání denního přírůstku nakažených v ČR a podílu celkových koronavirových zpráv v médiích

Graf 2.12: Schéma vzájemných vztahů, kterými se zabývala tato práce

3. Obrázky

Obrázek 3.1

10 Přílohy

Příloha č. 1 PODÍLY KORONAVIROVÝCH ZPRÁV V MÉDIÍCH

Den	Celkový podíl koronavirových zpráv v médiích (KT)	Podíl koronavirových zpráv v médiích (KORONA)	Podíl tematických zpráv v médiích (TEMA)	N
23.03.2020	82,02%	45,19%	36,83%	95
24.03.2020	87,27%	46,38%	40,90%	107
25.03.2020	82,63%	52,33%	30,30%	111
26.03.2020	75,14%	44,76%	30,38%	112
27.03.2020	83,10%	51,31%	31,79%	107
28.03.2020	91,34%	47,01%	44,33%	77
29.03.2020	85,61%	48,11%	37,50%	78
30.03.2020	77,87%	49,26%	28,61%	116
31.03.2020	83,10%	51,21%	31,89%	117
01.04.2020	76,63%	42,12%	34,50%	116
02.04.2020	74,58%	40,56%	34,03%	108
03.04.2020	76,98%	40,06%	36,92%	122
04.04.2020	86,32%	44,53%	41,78%	81
05.04.2020	86,61%	52,98%	33,63%	77
06.04.2020	74,03%	46,69%	27,34%	109
07.04.2020	81,45%	46,83%	34,62%	107
08.04.2020	76,37%	39,43%	36,95%	100
09.04.2020	69,31%	37,64%	31,67%	100
10.04.2020	81,33%	36,95%	44,38%	79
11.04.2020	80,83%	40,04%	40,79%	72
12.04.2020	82,54%	40,48%	42,05%	72
13.04.2020	84,52%	42,21%	42,31%	69
14.04.2020	72,08%	35,56%	36,53%	109
15.04.2020	74,14%	31,19%	42,95%	103
16.04.2020	78,03%	32,99%	45,04%	110
17.04.2020	78,88%	35,89%	42,98%	120
18.04.2020	65,38%	25,40%	39,98%	99
19.04.2020	69,14%	27,45%	41,69%	89

Příloha č. 2 Týdenní podíl celkových koronavirových zpráv v médiích

Den	Týdenní podíl celkových koronavirových zpráv
30.03.2020	83,87%
06.04.2020	80,30%
14.04.2020	78,80%
19.04.2020	73,11%

Příloha č. 3 PODÍLY KORONAVIROVÝCH ZPRÁV NA ČT1

Den	Celkový podíl koronavirových zpráv na ČT1 (KT_CT1)	Podíl koronavirových zpráv na ČT1 (KORONA_CT1)	Podíl tematických zpráv na ČT1 (TEMA_CT1)	N
23.03.2020	88,68%	58,49%	30,19%	34
24.03.2020	91,94%	50,00%	41,94%	38
25.03.2020	86,89%	68,85%	18,03%	37
26.03.2020	74,60%	47,62%	26,98%	38
27.03.2020	83,33%	58,33%	25,00%	37
28.03.2020	89,66%	63,79%	25,86%	34
29.03.2020	87,50%	62,50%	25,00%	35
30.03.2020	81,67%	63,33%	18,33%	35
31.03.2020	95,31%	59,38%	35,94%	38
01.04.2020	87,50%	50,00%	37,50%	43
02.04.2020	78,33%	45,00%	33,33%	36
03.04.2020	83,58%	49,25%	34,33%	41
04.04.2020	89,66%	60,34%	29,31%	34
05.04.2020	87,50%	64,29%	23,21%	35
06.04.2020	81,82%	56,36%	25,45%	32
07.04.2020	91,67%	56,67%	35,00%	34
08.04.2020	76,27%	45,76%	30,51%	32
09.04.2020	77,19%	43,86%	33,33%	30
10.04.2020	91,23%	47,37%	43,86%	30
11.04.2020	80,70%	49,12%	31,58%	30
12.04.2020	85,07%	35,96%	49,11%	32
13.04.2020	85,71%	45,54%	40,18%	33
14.04.2020	83,64%	45,45%	38,18%	33
15.04.2020	84,91%	37,74%	47,17%	32
16.04.2020	86,21%	34,48%	51,72%	37
17.04.2020	86,67%	41,67%	45,00%	37
18.04.2020	62,50%	28,57%	33,93%	36
19.04.2020	81,13%	41,51%	39,62%	33

Příloha č. 4 KORONA_CT1

Zaměření zprávy	Příklad tématu (především těch nejasných)	Příklad zprávy (především těch nejasných)
Koronavirus obecně	"boj" s koronavirem průběh nákazy zajímavosti	Krizová situace v Itálii Co dělá koronavirus v těle Pandemie v dějinách lidstva
Čísla	počty nakažených oběti	Bilance šíření koronaviru Druhá oběť koronaviru v Česku
Zemřelí	"kvůli koronaviru"	Zemřel historik Jan Křen
Nákaza, šíření nákazy	nákaza nákaza u jednotlivců nákaza v domovech seniorů	Covid-19 u zdravotníků Reakce na nemoc premiéra Johnsona Nakažení v domovech pro seniory
Zdravotnické prostředky	letadlo s ochrannými pomůckami desinfekce roušky a respirátory roboti proti koronaviru lék proti koronaviru rychltesty	Dodávky roušek a respirátorů Spor o výrobu desinfekce První rouškomat v Česku Roboti pomáhají při testování Stav pacienta po podání léku Remdesvir Chybovost rychlotestů z Číny
Opatření	pozitivní rozvolňování nedodržování opatření obecně omezení života chytrá karanténa	Čína se vrací k běžnému životu Jak se (ne)dodržují opatření Zákaz shromažďování více než dvou lidí Netradiční Velikonoce v době koronaviru Chytrá karanténa
Prevence, izolace, sociální distanc	izolace	Izolace podle astronauta
Dobrovolníci, pomoc	pomoc nemocnice	Péče dobrovolníků v dětských domovech Dobrovolníci v nemocnicích
Nemocnice	zdravotnický systém v náporu koronaviru	Vyřízení kapacity na ARO a JIP
První linie	lékaři	V první linii
Ohrožené skupiny	rizikové profese	Knihovnice jako rizikové povolání
Nouzový stav	obecně	Co znamená nouzový stav
Projevy	premiéra, prezidenta	Projev premiéra
WHO komentáře	epicentrum	WHO: novým epicentrem jsou USA
Návrat do vlasti	návrat ze zahraničí	Návrat krajanů z Mexika
Zdravotníci	zdravotníci	Péče o děti zdravotníků
Poděkování	záchranářům	Poděkování záchranářů obyvatelům Uničova
Karanténa	karanténa obecně, ne důsledek chytrá karanténa	Kynicena Havlíčkobrodska zůstávají v karanténě Pravidla tzv. chytré karantény

Příloha č. 5 TEMA_CT1

Zaměření zprávy	Příklad tématu (především těch nejasných)	Příklad zprávy (především těch nejasných)
Kulturní důsledky	olympiáda virtuální UčíTelka dovolená	<i>Odlad olympijských her</i> <i>Virtuální prohlídky galerií a muzeí</i> <i>Projekt ČT UčíTelka</i> <i>Nejisté plány na letní dovolenou</i>
Ekonomické důsledky	podnikatelé, zaměstnanci státní programy úlevy ekonomika finanční podpora jednotlivců	<i>Restaurace sčítají ztráty</i> <i>Velký zájem o program COVID II</i> <i>Úlevy pro podnikatele a nový schodek</i> <i>Vliv koronaviru na bankovní trh</i> <i>Příběhy dárců i obdarovaných</i>
Důsledky pro běžný život	dopady na rodiny odklady běžných povinností personál	<i>Starosti se střídavou péčí</i> <i>Odklady návštěv u lékaře</i> <i>Nedostatek personálu v domovech pro seniory</i>
Školství	otevření škol	<i>Nejistota pro školáky a studenty</i>
Průzkumy	související s koronavirem	<i>Průzkum pro ČT</i>
Pendleři	pravidla pro pendlery	<i>Nová pravidla pro tzv. pendlery</i>
Ostatní	solidarita videa na sociálních sítích	<i>šéfkyně ek chválí Česko za solidaritu</i> <i>Videa na sociálních sítích</i>

Příloha č. 6 PODÍLY KORONAVIRVÝCH ZPRÁV NA SEZNAMZPRAVY.CZ

Den	Celkový podíl koronavirových zpráv na seznamzpravy.cz (KT_seznam)	Podíl koronavirových zpráv na seznamzpravy.cz (KORONA_seznam)	Podíl tematických zpráv na seznamzpravy.cz (TEMA_seznam)	N
23.03.2020	75,36%	31,88%	43,48%	61
24.03.2020	82,61%	42,75%	39,86%	69
25.03.2020	78,38%	35,81%	42,57%	74
26.03.2020	75,68%	41,89%	33,78%	74
27.03.2020	82,86%	44,29%	38,57%	70
28.03.2020	93,02%	30,23%	62,79%	43
29.03.2020	83,72%	33,72%	50,00%	43
30.03.2020	74,07%	35,19%	38,89%	81
31.03.2020	70,89%	43,04%	27,85%	79
01.04.2020	65,75%	34,25%	31,51%	73
02.04.2020	70,83%	36,11%	34,72%	72
03.04.2020	70,37%	30,86%	39,51%	81
04.04.2020	82,98%	28,72%	54,26%	47
05.04.2020	85,71%	41,67%	44,05%	42
06.04.2020	66,23%	37,01%	29,22%	77
07.04.2020	71,23%	36,99%	34,25%	73
08.04.2020	76,47%	33,09%	43,38%	68
09.04.2020	61,43%	31,43%	30,00%	70
10.04.2020	71,43%	26,53%	44,90%	49
11.04.2020	80,95%	30,95%	50,00%	42
12.04.2020	80,00%	45,00%	35,00%	40
13.04.2020	83,33%	38,89%	44,44%	36
14.04.2020	60,53%	25,66%	34,87%	76
15.04.2020	63,38%	24,65%	38,73%	71
16.04.2020	69,86%	31,51%	38,36%	73
17.04.2020	71,08%	30,12%	40,96%	83
18.04.2020	68,25%	22,22%	46,03%	63
19.04.2020	57,14%	13,39%	43,75%	56

Příloha č. 7 KORONA_seznam

Zaměření zprávy	Příklad tématu (především těch nejasných)	Příklad zprávy (především těch nejasných)
Koronavirus obecně	"boj" s koronavirem zajímavosti	Česko versus koronavirus. Experti ukázali, jak se virus prožene Českem Existuje skupina lidí, kteří o pandemii nemají tušení
Čísla	počty nakažených oběti	Víme jen o každém sedmém. Vědci propočítali, že nakažených je přes milion Třetí oběť se nakazila v rodině. Žena, ročník 1949
Zemřelí	"kvůli koronaviru"	Zemřel člen Spirituál kvintetu. Kvůli koronaviru se bál jít k lékařům
Nákaza, šíření nákazy	nákaza nákaza u jednotlivců zvířata a nákaza reakce na nakažené zamezení šíření nákaza v domovech seniorů	Pernes: Nákazu sem zavlekli lyžaři. Seniorům jde o život, to není legrace Jeden z nejvyšších šéfů automobilky Škoda Auto má koronavirus Gorily mohou chytnout koronavirus. Afrika zavírá parky, přijde o peníze Ve Španělsku lidé házeli po sanitkách s nakaženými pacienty kameny Co dělat, když doma někdo onemocněl chorobou COVID-19, aby se nemoc dále nešířila? Většina se nakazila, 35 lidí umřelo. Tragický příběh z domova seniorů v USA
Zdravotnické prostředky	letadlo s ochrannými pomůckami desinfekce roušky a respirátory "roboti" proti koronaviru plicní ventilátory lék proti koronaviru rychltesty	Selhání tandemu, který měl Česko chránit před nákazami (pomůcky) Obří zájem o dezinfekci. Na Zlínsku teď vyrábějí desítky tisíc litrů za den E-shop lákal na rychlé dodání roušek. Chlubil se navíc fotografií Havlové Dánové nasadili proti koronaviru roboty s UV zářivkou Philips zvyšuje výrobu plicních ventilátorů na čtyřnásobek Proti koronaviru by mohl zabrat lék používaný už 65 let Úřad dopředu psal, kdy mohou rychlotesty selhat. I tak je stát nasadil
Opatření	pozitivní rozvolňování sankce za nedodržování kritika za nedodržování omezení života chytrá karanténa	Opatření se v pátek zmírní, pomoc pro živnostníky a ČNB možná odloží splátky úvěrů a hypoték Vysoké pokuty a dohled. I tak je život na Tchaj-wanu výhra, tvrdí Čech Strčte si sýr pod gumičku! Jak v Lánech kašlou na pravidla Můžete pro jídlo, tak můžete i k volbám, říká Duda. Vláda nákupy omezuje Seznamte se s chytrou karanténou. „Nepůjde o šmírování,“ říká její autor
Prevence, izolace, sociální distanc	prevence	Jednoduchá prevence může být klíč, přesto se zanedbává. Sociální distanc
Dobrovolníci, pomoc	testování pomoc ohroženým	Chytali zloděje, teď měří teplotu. Koronavirus změnil i „bezpečáky“ Tak se pomáhá těm nejpotřebnějším: teplé jídlo a roušky pro bezdomovce

Nemocnice	zdravotnický systém v náporu koronaviru	Stoupající nápor na nemocnice: zavádí vstupní kontroly a mění pracovní režim
První linie	lékaři	Doktory a sestry ubytuje luxusní hotel v nejdražší čtvrti v New Yorku
Ohrožené skupiny	senioři	Koronavirus ohrožuje hlavně seniory! Kam se mohou obrátit pro pomoc?
Testování	podpora testování	Češi vložili peníze do firmy, která testuje koronavirus jako žádná jiná
Nouzový stav	obecně komentář opozice	Nouzový stav nejméně do 1. dubna a jak se chovat při nákupu Opozice k vládě: Nouzový stav jen na dva týdny a vyšší kompenzace pro OSVČ
Projevy	premiér, prezident	Dokument: Plné znění mimořádného projevu premiéra Babiše
Dezinformace	dezinformace	Ne netopýří, ale migranti a Američané. Koronavirová propaganda útočí
WHO komentáře	sílení pandemie	WHO: Pandemie sílí, bránit se karanténou a prevencí nestačí
Návrat do vlasti	návrat cizinců do vlasti	Tisíce Ukrajinců chtějí domů, ambasáda musela zastavit registrace
Svět po epidemii	svět po epidemii	Svět po epidemii: zbude nám jen holý život?
"Trojzpráva"	(pokud všechny 3 zprávy TEMA - >TEMA, pokud min 1 KORONA -> 0,5 u KORONA i TEMA)	Remdesivir dorazil do Česka, jak se chovat u praktika a olympiáda v Japonsku odložena
Fotografie	(pokud je 1, zařazení podle tématu, pokud jich je více a nelze zařadit, 0,5 u KORONA i TEMA)	Fotky: Zavřené hranice, zavřená obloha. Tak se Češi vrací domů
Karanténa	karanténa jako opatření	V karanténě už je i kardinál Duka

Příloha č. 8 TEMA_seznam

Zaměření zprávy	Příklad tématu (především těch nejasných)	Příklad zprávy (především těch nejasných)
Kulturní důsledky	fotbal olympiáda využití uzavření tábory	Bláznivé varianty, jak spasit sezonu a Liverpoolu titul Odklad letní olympiády mohl drtit Prahu, a ne Tokio Co se děje na zámcích bez návštěvníků? Podívejte se Letní tábor pro 30 dětí se nevypatí. Organizátoři vyhlíží konec epidemie
Ekonomické důsledky	podnikatelé, zaměstnanci ekonomika "pozitivní" zprávy finanční podpora jednotlivců ekonomická pomoc	Jste ve válce! 10 nejdůležitějších rad podnikatelům, co dělat v krizi Koronavirus umrtvil ekonomiku. Restart potrvá a) do podzimu, b) roky Microsoft – jediný americký gigant, který pandemie neobrala o miliardy Nejbohatší ženy světa a jak přispívají obětem pandemie Vládní plán pro byznys: Odložené daně, bez EET, historické zadlužení
Důsledky pro běžný život	zásoby psychika lidí fronty na hranicích digitalizace důsledk opatření home office hádky do karantény	Zásoby mám na měsíc. Až dojdou, půjdu chytat ryby, říká kapverdský Čech Biskup Holub: Volají mi i ateisté. Lidé potřebují naslouchat víc než jindy Kamiony s léky stojí na hranicích. Česko zvažuje další přechody Svět bude lepší a víc digitální, předpovídá zakladatel Seznamu Ivo Lukačovič Na Slovensku kolabuje doprava, platí přísná opatření Firmy hromadně přesouvají byznys na síť 10 hádanek nudě navzdory. Kolik zaplatí Hamáček a spol.?
Školství	důsledky otevření škol	Školství v čase koronaviru. Slabiny se prohloubí. Více vyniknou sociální rozdíly Školy se do konce června spíš neotevrou, říká hlavní koronavirový stratég
Průzkumy	související s koronavirem	Exkluzivní průzkum: Češi věří vládě, s otevřením hranic by nespěchali
Ostatní	důsledky a témata, která se koronaviru také týkají	Pendlující lékař: Vláda nás hodila přes palubu. V Německu se bez nás neobejdou
Karanténa	karanténa z kulturního hlediska	Láska za časů korony: „Karande“ přes Skype, vzkazy přes drony i porušování karantény

Příloha č. 9 PODÍLY POZITIVNÍCH KORONAVIROVÝCH ZPRÁV V MÉDIÍCH

DEN	POZITIVNÍ_ZPRAVY (relativní četnost)	N (celkem)	poz_zprav_CT1 (relativní četnost)	N (CT1)	poz_zprav_seznam (relativní četnost)	N (seznam)
23.03.2020	1%	95	3%	34	0%	61
24.03.2020	1%	107	0%	38	3%	69
25.03.2020	0%	111	0%	37	0%	74
26.03.2020	3%	112	3%	38	3%	74
27.03.2020	1%	107	0%	37	1%	70
28.03.2020	1%	77	0%	34	2%	43
29.03.2020	4%	78	3%	35	5%	43
30.03.2020	1%	116	3%	35	0%	81
31.03.2020	1%	117	3%	38	0%	79
01.04.2020	2%	116	5%	43	0%	73
02.04.2020	2%	108	3%	36	1%	72
03.04.2020	2%	122	2%	41	1%	81
04.04.2020	5%	81	3%	34	6%	47
05.04.2020	4%	77	3%	35	5%	42
06.04.2020	9%	109	13%	32	5%	77
07.04.2020	5%	107	6%	34	4%	73
08.04.2020	11%	100	13%	32	9%	68
09.04.2020	5%	100	3%	30	7%	70
10.04.2020	3%	79	3%	30	2%	49
11.04.2020	6%	72	7%	30	5%	42
12.04.2020	3%	72	3%	32	3%	40
13.04.2020	6%	69	6%	33	6%	36
14.04.2020	7%	109	9%	33	5%	76
15.04.2020	12%	103	19%	32	6%	71
16.04.2020	4%	110	5%	37	3%	73
17.04.2020	8%	120	11%	37	5%	83
18.04.2020	6%	99	6%	36	6%	63
19.04.2020	4%	89	6%	33	2%	56

Příloha č. 10 Příklady pozitivních zpráv

ČT 1	nízké počty nakažených vyléčení rozvolňování zrušení opatření -> důsledek makroekonomický důsledek (ne že určitá firma těží ze situace) konec karantény, izolace	Nízké počty nakažených na Slovensku Vyléčení z COVID-19 Kdy se ruší některá omezení Fronty v hobbymarketech Nezaměstnanost zatím neroste Konec izolace okolí Litovle a Uničova
Seznamzpravy.cz	vyléčení koronavirem pozitivní vývoj situace rozvolňování zotavování jednotlivců makroekonomický důsledek (ne že určitá firma těží ze situace) pozitiva karantény	Čtyři důvody k optimismu. Vyléčených je mnohem víc, říká expert z Oxfordu Blíží se doba, kdy zkontrolujeme koronavirus. Dvě zbraně proti němu se již testují Opatření se v pátek zmírní, pomoc pro živnostníky a ČNB možná odloží splátky úvěrů a hypoték Johnsonovi je lépe, po dvou dnech se posadil na posteli Dobrá zpráva: firmy kvůli koronaviru nepropouštěly Čas na odpočinek a více spánku. Češi vidí v karanténě i pozitiva

Příloha č. 11 Vývoj denního přírůstku počtu nakažených v ČR a ve světě

Datum	Denní přírůstek počtu nakažených v ČR (nakaz_CR)	Denní přírůstek počtu nakažených v ČR (nakaz_CR) (klouzavý průměr)	Denní přírůstek počtu nakažených ve světě (nakaz_svet)
23.03.2020	126		44298
24.03.2020	185		44903
25.03.2020	292	201	48965
26.03.2020	259	245	61606
27.03.2020	377	309	66464
28.03.2020	263	300	67395
29.03.2020	159	266	61110
30.03.2020	184	202	64868
31.03.2020	304	216	75660
01.04.2020	283	257	78736
02.04.2020	268	285	81388
03.04.2020	333	295	86624
04.04.2020	283	295	83822
05.04.2020	117	244	74365
06.04.2020	236	212	77895
07.04.2020	196	183	84239
08.04.2020	294	242	89316
09.04.2020	257	249	90900
10.04.2020	163	238	98391
11.04.2020	170	197	86202
12.04.2020	89	141	77096
13.04.2020	68	109	76861
14.04.2020	82	80	80435
15.04.2020	160	103	87095
16.04.2020	132	125	87617
17.04.2020	116	136	89790
18.04.2020	105	118	84865
19.04.2020	92	104	78604